



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

RENATA BALECHE CUSTÓDIO KLOS

IMAGINÁRIOS E POÉTICA NO ESPAÇO URBANO TURÍSTICO DE CURITIBA-PR

CURITIBA

2020

RENATA BALECHE CUSTÓDIO KLOS

IMAGINÁRIOS E POÉTICA NO ESPAÇO URBANO TURISTICO DE CURITIBA-PR

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, Setor de Ciências da Terra da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Geografia.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Salete Kozel

CURITIBA

2020

Catálogo na Fonte: Sistema de Bibliotecas, UFPR
Biblioteca de Ciência e Tecnologia

K66i Klos, Renata Baleche Custódio
 Imaginários e poética no espaço urbano turístico de Curitiba-
PR [recurso eletrônico] / Renata Baleche Custódio Klos –
Curitiba, 2020.

Tese - Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências da
Terra, Programa de Pós-graduação em Geografia.

Orientadora: Profª. Drª. Salete Kozel

1. Turista – aspectos sociais. 2. Percepção espacial.. 3.
Imaginário. I. Universidade Federal do Paraná. II. Kozel., Salete
III. Título.

CDD: 304.23

Bibliotecária: Roseny Rivelini Morciani CRB-9/1585



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR DE CIÊNCIAS DA TERRA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO GEOGRAFIA -
40001016035P1

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em GEOGRAFIA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da tese de Doutorado de **RENATA BALECHE CUSTÓDIO KLOS** intitulada: **Imaginários e poética no espaço urbano turístico de Curitiba-PR.**, sob orientação da Profa. Dra. SALETE KOZEL TEIXEIRA, que após terem inquirido a aluna e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de doutor está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 28 de Agosto de 2020.

Assinatura Eletrônica
15/09/2020 20:39:12.0
SALETE KOZEL TEIXEIRA
Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica
01/10/2020 21:12:11.0
MAISA FRANCA TEIXEIRA
Avaliador Externo (FACULDADE EVANGÉLICA DE GOIANÉSIA)

Assinatura Eletrônica
14/09/2020 16:07:19.0
ROSANE BALSAN
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DE TOCANTINS)

Assinatura Eletrônica
31/08/2020 17:52:14.0
MARCOS ALBERTO TORRES
Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica
31/08/2020 19:55:24.0
LETÍCIA BARTOSZECK NITSCHKE
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ - DEP. TURISMO)

Primeiramente dedico esse trabalho ao meu pai, meu amigo, meu maior exemplo, um grande incentivador dos meus projetos, minha saudade infinita. Você se foi durante essa minha caminhada, mas tenho certeza, que de onde estiver estará feliz e vibrando comigo!

Também dedico ao Professor, Orientador e Amigo José Manoel G. Gândara, e agradeço por ser um grande incentivador desse projeto que começamos juntos, e por sempre acreditar que ele iria acontecer! Minha tese tem muito de você, das suas ideias, e, os mapas mentais com os turistas estão aqui! De onde estiver, sei que vai gostar.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, e ao meu anjo da guarda, pela vida e proteção sempre!

Ao meu marido Kleber, pelo companheirismo e carinho em todos os momentos desse longo processo. Você sempre foi o apoio e o incentivo, o amor e a segurança nessa caminhada de transformação e crescimento! Te amo!

Aos meus filhos João e Pedro, meus amores, pela compreensão, pelo carinho e pela torcida para que tudo sempre desse certo! Amo vocês daqui até a lua infinitas vezes!

A minha mãe Denise e ao meu pai Luiz Henrique (*in memorian*), que sempre apoiaram as minhas escolhas, acreditaram nas minhas ideias e vibraram sempre com minhas conquistas. Amo vocês! Saudades pai!

À minha irmã, Fernanda, por ser uma incentivadora sempre e por me dar tanto suporte, ajudando a cuidar dos “nossos filhos” nos momentos mais tensos do processo. Amo você!

Ao Henrique, meu afilhado amado, sua chegada trouxe mais brilho e alegria para nossa família!

Ao meu cunhado, Ricardo, pelas contribuições da área de “exatas”, e pelo apoio sempre!

Tia Loló, Marise e Oscarzinho, sempre perto, sempre vibrando junto! Aproveito para agradecer, em conjunto, a todos os familiares que de alguma forma me ajudaram.

À minha orientadora, professora Salete Kozel, que me abraçou nos momentos mais difíceis que vivi nesta trajetória, a perda do meu pai e do prof. Gândara, que antes de partir pediu para você estar perto e me orientar. Agradeço sua disposição e seus ensinamentos de professora, e seu carinho e afeto como pessoa amiga e tão humana. Um exemplo de pessoa e profissional para mim!

Ao Prof. José Manoel Gonçalves Gândara (*in memorian*), gratidão por ter me incentivado a tentar um doutorado e acreditar na minha pesquisa. Você me ensinou tanto, quanta força, quanta vontade de viver!

Aos professores Francisco Mendonça e Marcos Torres, pelas contribuições tão importantes no doutorado e para a vida. Meu respeito e admiração sempre, vocês são exemplos!

Ao Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal do Paraná, que me proporcionou tanto, e por isso agradeço aos professores e aos colaboradores Alexandra, Adriana e Zen, sempre dispostos a nos ajudar.

Ao Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná, que me acolheu nas disciplinas eletivas, agradeço aos professores Vander Valduga, Caê Silveira, Marcelo Chemin e Miguel Bahl (*in memorian*) pelas aulas tão importantes e por me reaproximar dessa área tão especial para mim, o Turismo. Meu carinho também a Angela, secretária do programa, pelas ajudas tão necessárias.

Aos amigos da Geografia, Cláudia, Caroline, Bianca, Marina, Denise, Gabriela, Renata, Flávio, Zé Luis, Clotilde, Reginaldo, Ingrid, Marcia, Lauro, por tornarem este percurso mais leve e feliz, pelas “humanidades”, pelo aprendizado e pelos bons

momentos de descontração e risadas, pelas conversas, conselhos, e pelas festas, encontros e eventos.

Agradeço em especial às amigas Claudia e Carol, que sorte ter vocês por perto, desde o primeiro dia até o momento mais duro, a amizade e a parceria que certamente serão pra vida toda...Agradeço demais pelo café, homeopantias, pelos longos áudios fosse as 7h ou 1h da manhã, além dos conselhos e cuidados, mesmo virtuais, vocês foram demais! Viramos uma equipe, ficamos 3 em 1...e seguiremos parceiras!

Também um especial agradecimento a Bianca, por se preocupar em ajudar sempre, fosse cortando cebola na festa, ou nas normas da ABNT, sempre tão calma e parceira! E a Denise por se preocupar tanto e sempre me arrancar risos com suas falas tão espontâneas.

Ao Latecre - Laboratório Território, Cultura e Representação - por ser simplesmente um espaço lindo, aberto, democrático e acolhedor! Sinto não ter estado mais presente desde o início, mas reitero o desejo de não ir embora, sigo sendo parte!

Aos amigos queridos da vida toda, sempre perto, sempre apoio!

A amiga, irmã, e colega de profissão prof. Grazielle Ueno por estar sempre perto, por ser presente, pelas oportunidades profissionais tão pertinentes, me conectando sempre ao Turismo.

A amiga e prof. Heloísa Pereira por confiar em mim e me permitir a alegria de estar ainda mais na Geografia.

A amiga e prof. Mirian Soares, por acreditar no meu trabalho e me proporcionar novas oportunidades profissionais sempre!

Ao Felipe, irmão da Nina, que com sua sensibilidade imensa, abrilhantou meu trabalho, e a Nina, pelo carinho e doce incentivo sempre!

Meu muito obrigada de coração, a todos que fizeram parte deste processo!

Mas, não poderia encerrar os meus agradecimentos sem agradecer de forma muito pessoal a Geografia...A Geografia? Sim, essa ciência que se tornou um divisor de águas na minha vida e tenho imensa gratidão por tudo que aprendi nesse doutorado...certamente faria de tudo novo, várias vezes!

*“O mundo da percepção, isto é, o mundo que nos é revelado por
nossos sentimentos e pela experiência de vida, parece-nos, à
primeira vista, o que melhor conhecemos, já que não são
necessários instrumentos nem cálculos para ter-se acesso a ele.
Aparentemente, basta-nos abrir os olhos e nos deixamos viver
para nele penetrar”.*
Merleau-Ponty

RESUMO

Pesquisa de cunho qualitativo desenvolvida na interface entre turismo e geografia, tem o lugar como categoria de análise. A opção pela vertente humanista da geografia com aporte fenomenológico propicia análises e reflexões sobre a sensibilidade, o imaginário, a poética e as percepções do ser humano no espaço observado e vivido. Os lugares devem ser entendidos como espaços significativos impregnados de sentidos elaborados por aqueles que os habitam e visitam. Portanto, a interpretação simbólica que os grupos e classes sociais atribuem ao ambiente acrescido às formas estéticas e ideológicas estabelecidas resultam nas representações da vida coletiva. Para este estudo foi utilizada a metodologia de Kozel (2007) que visa decodificar a mensagem impressa nas representações elaborados por aqueles que vivenciam experiências num determinado espaço. Os Mapas Mentais são representações ou construções sgnicas concebidos a partir das observações sensíveis da experiência humana num determinado espaço e requerem uma interpretação/ decodificação. Assim por meio de Mapas Mentais elaborados por turistas que visitaram a cidade de Curitiba com diferentes modos de transporte – a pé, de bicicleta e de ônibus, foi possível analisar as diferentes percepções do espaço urbano-turístico da cidade. Neste amplo campo de reflexão, a geografia e o turismo se entrecruzam como leituras possíveis de uma recriação imaginária da realidade, que constroem e dão sentido ao mundo. Ao mesmo tempo em que se observam peculiaridades entre os imaginários e realidade, observam-se também diferenças se constatando que os destinos turísticos são percebidos de maneira diferenciada pelos indivíduos de acordo com as suas experiências.

Palavras-chave: Imaginário. Percepção. Mapas mentais. Turista. Lugar.

ABSTRACT

Qualitative research developed at the interface between tourism and geography, has the place as a category of analysis. The option for the humanist aspect of geography with phenomenological support provides analysis and reflections on the sensitivity, the imaginary, the poetics and the perceptions of the human being in the observed and lived space. Places must be understood as significant spaces impregnated with meanings elaborated by those who inhabit and visit them. Therefore, the symbolic interpretation that groups and social classes attribute to the environment added to the established aesthetic and ideological forms results in representations of collective life. For this study, Kozel's methodology (2007) was used, which aims to decode the printed message in the representations elaborated by those who live experiences in a certain space. Mind Maps are representations or sign constructions conceived from sensitive observations of human experience in a given space and require an interpretation / decoding. Thus, through Mind Maps prepared by tourists who visited the city of Curitiba with different modes of transport - on foot, by bicycle and by bus, it was possible to analyze the different perceptions of the urban-tourist space of the city. In this broad field of reflection, geography and tourism intertwine as possible readings of an imaginary recreation of reality, which build and give meaning to the world. At the same time that peculiarities are observed between the imaginary and reality, there are also differences, noting that tourist destinations are perceived differently by individuals according to their experiences.

Keywords: Imaginary. Perception. Mental maps. Tourist. Place.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – MAPA CONCEITUAL.....	20
FIGURA 2 - LINGUAGENS DO COTIDIANO	25
FIGURA 3 - MAPA DE LOCALIZAÇÃO DA CIDADE DE CURITIBA	43
FIGURA 4 - PARQUE BARIGUI	50
FIGURA 5 - PARQUE TANGUÁ.....	50
FIGURA 6 - JARDIM BOTÂNICO	51
FIGURA 7 - CENTRO HISTÓRICO	52
FIGURA 8 - MUSEU OSCAR NIEMEYER	52
FIGURA 9 – INFOGRÁFICO DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DE CURITIBA - 2018	53
FIGURA 10 - QUALIFICAÇÃO DA CIDADE - PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DE CURITIBA DE 2018	54
FIGURA 11 - COMO OS VISITANTES DEFINEM CURITIBA – PESQUISA DEMANDA DE CURITIBA DE 2018	55
FIGURA 12 - NUVEM DE PALAVRAS - PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DE CURITIBA DE 2018	56
FIGURA 13 -METODOLOGIA KOZEL – MAPAS MENTAIS	60
FIGURA 14 - MAPA MENTAL 01 (BICICLETA)	67
FIGURA 15 - MAPA MENTAL 02 (BICICLETA)	68
FIGURA 16 - MAPA MENTAL 03 (BICICLETA)	68
FIGURA 17 – MAPA MENTAL 04 (BICICLETA)	69
FIGURA 18 - MAPA MENTAL 05 (BICICLETA)	70
FIGURA 19 - MAPA MENTAL 06 (BICICLETA)	71
FIGURA 20 - MAPA MENTAL 07 (BICICLETA)	72
FIGURA 21 - REPRESENTAÇÃO SÍNTESE DOS MAPAS MENTAIS– BICICLETA.....	75
FIGURA 22 - ÔNIBUS DA LINHA TURISMO.....	76
FIGURA 23 - MAPA E CIRCUITO DA LINHA TURISMO FONTE: URBS (2019).....	77
FIGURA 24 - MAPA MENTAL 08 (ÔNIBUS).....	78
FIGURA 25 - MAPA MENTAL 09 (ÔNIBUS).....	79
FIGURA 26 - MAPA MENTAL 10 (ÔNIBUS).....	80
FIGURA 27 - MAPA MENTAL 11 (ÔNIBUS).....	81
FIGURA 28 -MAPA MENTAL 12 (ÔNIBUS)	82
FIGURA 29 - MAPA MENTAL 13 (ÔNIBUS).....	83
FIGURA 30 -MAPA MENTAL 14 (ÔNIBUS)	84
FIGURA 31 – REPRESENTAÇÃO SÍNTESE DOS MAPAS MENTAIS - ÔNIBUS	86
FIGURA 32 - TRAJETO CURITIBA FREE WALKING TOUR	88
FIGURA 33 - MAPA MENTAL 15 (A PÉ)	89
FIGURA 34 - MAPA MENTAL 16 (A PÉ)	90
FIGURA 35 - MAPA MENTAL 17 (A PÉ)	91
FIGURA 36 - MAPA MENTAL 18 (A PÉ)	92
FIGURA 37 - MAPA MENTAL 19 (A PÉ)	93
FIGURA 38 - MAPA MENTAL 20 (A PÉ)	94
FIGURA 39 - MAPA MENTAL 21 (A PÉ)	95
FIGURA 40 - REPRESENTAÇÃO SÍNTESE DOS MAPAS MENTAIS– A PÉ.....	97
FIGURA 41 - SÍNTESE SENSÍVEL E PÓÉTICA DOS MAPAS MENTAIS	107

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - CATEGORIAS DE ANÁLISE DO ESPAÇO URBANO-TURÍSTICO.....	39
QUADRO 2 - REPRESENTAÇÕES URBANO-TURÍSTICAS POR CASTROGIOVANNI (2000)	41
QUADRO 3 – ATRATIVOS MAIS MARCANTES: PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DE CURITIBA DE 2018.....	55
QUADRO 4 – ELEMENTOS PARA ANÁLISE DO ESPAÇO URBANO TURÍSTICO.....	62
QUADRO 5 – SÍNTESE DOS MAPAS MENTAIS DOS TURISTAS DE BICICLETA.....	74
QUADRO 6 - SÍNTESE DOS MAPAS MENTAIS DOS TURISTAS DE ÔNIBUS	85
QUADRO 7 - SÍNTESE DOS MAPAS MENTAIS DOS TURISTAS A PÉ	96

SUMÁRIO

COMO TUDO COMEÇOU.....	14
1 IMAGINÁRIOS E PERCEPÇÕES: BASES PARA COMPREENDER O ESPAÇO, AS REPRESENTAÇÕES E O TURISMO.....	21
2 O RECORTE ESPACIAL PROPOSTO: CONTEXTUALIZANDO O ESPAÇO URBANO-TURÍSTICO DA CIDADE DE CURITIBA.....	43
2.1 O TURISMO E A CIDADE DE CURITIBA.....	49
3 CAMINHOS METODÓLOGICOS: OS MAPAS MENTAIS.....	57
3.1 PERFIL DOS TURISTAS PARTICIPANTES.....	63
3.2 AS PERCEPÇÕES SOBRE O DESTINO VISITADO DE BICICLETA.....	64
3.3. AS PERCEPÇÕES DO DESTINO VISITADO DE ÔNIBUS.....	76
3.4 AS PERCEPÇÕES DO DESTINO VISITADO A PÉ.....	87
4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DA REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO VIVIDO ATRAVÉS DOS MAPAS MENTAIS NOS DIFERENTES MODOS DE TRANSPORTE.....	98
4.1 O PERCURSO COM A BICICLETA.....	98
4.2 PERCURSO REALIZADO COM O ONIBUS LINHA TURISMO.....	99
4.3 PERCURSO REALIZADO A PÉ.....	100
COMO TERMINAMOS, CONCLUSÕES PROVISÓRIAS.....	103
REFERÊNCIAS.....	108
APÊNDICE 1 – INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	116
APÊNDICE 2 – MAPAS MENTAIS ORIGINAIS DA PESQUISA.....	117
APÊNDICE 3 – GRÁFICOS DO PERFIL DOS ENTREVISTADOS.....	137

COMO TUDO COMEÇOU...

Coletar dados, compreender, analisar e produzir novos conhecimentos são alguns dos papéis dos pesquisadores acadêmicos, mas buscar algo inovador e cheio de ineditismo é um desafio, e “talvez” seja a melhor parte desse processo. Conhecer as diversas realidades que nos cercam e buscar nas teorias desenvolvidas aporte para aproximar a prática do objetivo da sua pesquisa é fundamental.

Para chegar aqui, partimos de uma construção pessoal, com objetivos e obstáculos. E por isso considero importante o registro da trajetória, aquilo que trouxe o “norte” para a pesquisa e foi incentivo para a conclusão. Tudo começou em 2015, após um intervalo de seis anos distante das atividades acadêmicas, um período que resolvi atuar exclusivamente no papel de “mãe”, extremamente realizador para mim.

Nesse retorno, como estudante, matriculada na disciplina Qualidade, Marketing e Produtos Turísticos no Programa de Pós Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná, ministrada pelo professor José Manoel G. Gândara, fiz a leitura de um artigo chamado Sedução da Cidade para Nós e Turismo, do professor Eduardo Yázigi (2005) que trouxe as ideias iniciais para o início desse processo permitindo a reflexão do pensar nas cidades em sua totalidade, um espaço construído para os cidadãos, mas também um espaço receptivo, percebido e vivenciado por turistas. Reforçando a análise de como o planejamento urbano se relaciona com as intervenções turísticas e quais são as recomendações para que a qualidade desses espaços seja satisfatória.

Falar sobre planejamento urbano e atividade turística foi um desafio no Mestrado em Gestão Urbana, concluído no ano de 2006. Compreender a dinâmica da cidade e como suas intervenções urbanísticas trazem mudanças socioculturais, econômicas e ambientais, que passam por adequações e se voltam aos processos de desenvolvimento de seus espaços, criando novas formas de utilizá-los, como por exemplo, os atrativos turísticos.

Esses espaços possuem características diferentes e são representados de maneiras distintas por aqueles que os utilizam. As representações e a materialização delas são registros de momentos vivenciados que retratam a imagem que cada morador ou visitante terá da cidade (FREY, 2000).

O ser humano é o sujeito dos destinos turísticos, é ele quem faz com que o fenômeno turístico ocorra a partir de sua interação com o espaço juntamente com toda a infraestrutura turística existente. Nesse sentido, Panosso Netto (2005) dispõe que “cada ser turístico ou cada sujeito do turismo é único em sua forma de existir, de experienciar e de se manifestar, por isso necessita de uma abordagem completa e direta, de um método de estudo que o perceba em sua completude”.

O turismo, bem como, outras atividades, desenvolve-se no espaço social, que possui significados diversos, podendo ser tratado sob outros enfoques de forma multi e interdisciplinar. O que me permitiu dentro do Programa de Pós Graduação em Geografia desenvolver essa pesquisa trabalhando a interpretação e representação das experiências turísticas no espaço urbano da cidade de Curitiba.

Diante do exposto, é necessário considerar as preferências das pessoas que praticam o turismo como principais agentes da conformação da imagem e a reputação dos lugares turísticos. Desse modo, a abordagem da pesquisa teve como foco a subjetividade do sujeito, pois na sua relação com o mundo ele dá sentido e significado a sua existência. E nessa perspectiva, para que ocorra a atividade turística, será necessário compreender a singularidade do sujeito na mediação com o mundo, dando sentido à realidade, condição essencial para a instituição e consolidação do turismo em determinada localidade, e de acordo com as experiências individuais de cada turista.

A cidade de Curitiba destaca-se, preponderantemente, devido ao planejamento urbano, ao setor de mobilidade urbana e transporte, reconhecido e estudado por diversos países; também pela preocupação com a coleta e a reciclagem do lixo e a incidência de áreas verdes na cidade, onde há um número significativo de parques e praças distribuídas no espaço urbano. A existência destes parques contribui, consideravelmente, com a imagem de ‘capital ecológica’ difundida na década de 1990, tanto nacional quanto internacionalmente, pois seus parques, praças e bosques constituem-se, atualmente, nos atrativos turísticos mais expressivos para seus visitantes (HORODYSKI, 2014; PEDRON, 2013; RIBEIRO, SILVEIRA, 2006).

Gândara (2003) defende que o fato de Curitiba ser uma cidade planejada e o resultado deste planejamento ser a qualidade de vida da população local fez com que a imagem de qualidade ambiental tenha se transformado no principal atrativo turístico da cidade:

Estas características do planejamento urbano de Curitiba são elementos que serviram para produzir importante renovação do sentimento de identidade da população local, e certamente, devem também ser utilizados como diferenciais dentro do marketing a ser desenvolvido. A possibilidade de considerar a qualidade ambiental urbana como um atrativo turístico faz da cidade um destino turístico privilegiado (GÂNDARA, 2003, p.166)

Assim, a imagem de um determinado lugar pode variar dependendo de cada observador, de sua vivência e experiência. Também vale ressaltar aqui, que diferentes pesquisadores de diversas áreas de atuação, vão observar o mesmo constroem suas próprias imagens e sentimentos em relação a cada lugar e, certamente suas representações vão refletir os espaços vividos.

Assim, no primeiro capítulo abordamos a linha de pensamento dos geógrafos culturais humanistas, os quais compreendem que o lugar reflete a realidade da vida por meio das práticas do cotidiano, através das sucessivas pausas de circulação pelo espaço. Evidenciando a relação do sujeito com o lugar, nesse caso o turista, que apreende os arranjos abstratos e subjetivos, relacionados às experiências humanas das visitas aos diferentes atrativos e espaços da cidade.

Marandola Jr. (2012) ressalta que o lugar é uma das ideias geográficas principais, transcendendo em muito a Geografia, permitindo diálogos e conexões com diversas áreas, tais como a teoria social, filosofia, literatura, arquitetura, psicologia e o cinema por exemplo. Nesse sentido concentramos o nosso estudo nos espaços dedicados a atividade turística, ou nos espaços e lugares vivenciados pelos turistas. Portanto os conceitos de espaço e lugar a partir do olhar geográfico permitem uma conexão interdisciplinar.

Segundo Relph (1976) na análise entre espaço, paisagem e lugar, destaca a importância do lugar por focalizar o espaço e a paisagem em torno das intenções e das experiências humanas. E nesse aspecto os turistas, destacam-se como atores que utilizam os espaços e os lugares nos destinos turísticos, envolvendo diversas relações e refletindo seus sentimentos, suas expectativas, suas memórias, seus valores, seus símbolos e suas interpretações.

Ou seja, os espaços de vivências e de experiências com o turismo, podem ser compreendidos como “qualquer localidade que tem significado para uma pessoa ou para um grupo de pessoas” (TUAN, 1983, p.8). E esses significados percebidos, analisados por um viés fenomenológico, permite que as representações, através da

metodologia dos mapas mentais, evidenciem as diferentes interpretações dos turistas. Para Dal Gallo e Marandola Jr (2016) esse “fazer fenomenológico” volta-se, epistemologicamente e metodologicamente para a manifestação de processos na experiência geográfica do ser-no-mundo. Ou, pelo olhar do turista, a experiência turística vivenciada numa localidade.

No ano de 2016, quando iniciou o processo do doutorado, muitas disciplinas, leituras e participações em seminários foram fundamentais para o amadurecimento dos objetivos da pesquisa. No ano de 2017, as aulas da disciplina Cultura, Percepção e Representação: diferentes imagens e linguagens, ministrada pela prof.^a Salete Kozel, me trouxe um desejo ainda maior de trabalhar com a metodologia Kozel, dos mapas mentais, e me aproximou dos autores, que são os referenciais teóricos aqui apresentados.

As pesquisas bibliográfica e documental foram também norteadoras para a compreensão dos objetivos propostos. E a pesquisa de campo, aconteceu em diferentes etapas e momentos nos anos de 2018 a 2020. Essa etapa ficou fragmentada porque no decorrer do processo, fomos modificando alguns objetivos e incluindo as diferentes formas de deslocamento dos turistas. Pois a ideia inicial era de trabalhar apenas com os cicloturistas e à medida que fomos realizando o campo, novas perspectivas e possibilidades foram surgindo e se complementando.

A cidade de Curitiba foi escolhida por ser a minha “casa”, o lugar dos meus imaginários e das minhas percepções mais presentes e onde desde a minha graduação, especialização e mestrado, desenvolvi pesquisas voltadas a atividade turística da cidade. Além disso, Curitiba sempre teve diversas ações de marketing, e um forte planejamento urbano que possibilita compreender e integrar os conceitos do espaço, do turismo e das representações.

Portanto a categoria Lugar nos permite compreender as experiências vividas, o ir e vir, e os desejos e anseios dos turistas pode ser interpretado a partir do nosso mundo imaginário, pois ao concebermos que iremos fazer alguma coisa, a mesma passa a existir num primeiro momento no pensamento para depois materializar-se no mundo real. E nesse aspecto a obra “A Poética do Espaço”, de Gaston Bachelard, torna-se importante para a interpretação da atividade turística. No entanto se nesse processo de concretude do fato, se o mesmo não for percebido, concebido e interiorizado pelo sujeito, é como se o fato não existisse no mundo real para o sujeito.

Da objetividade à subjetividade, do racional ao emocional, o que caracteriza o turismo contemporâneo é uma significativa mudança no perfil da demanda, isto é, as demandas emocionais estão cada vez mais importância em relação às demandas racionais (GÂNDARA, GIMENES e MASCARENHAS, 2009; MORRISON, 2012). Nesse contexto, das emoções, BACHELARD ([1957] 2005, p. 2) esclarece que “a fenomenologia da imaginação – estudo do fenômeno da imagem poética quando a imagem emerge na consciência como um produto direto do coração da alma, do ser do homem tomado em sua atualidade”.

Nesse sentido, a imaginação perpassa a alma humana, e cada experiência torna-se uma vivência pessoal do homem tomado em sua atualidade. Ela interfere no cotidiano do sujeito, reflexo de aspectos tangíveis e intangíveis que, em diferentes graus, impactam e sofrem impacto de acontecimentos únicos e memoráveis. Isso acaba gerando emoções, encantamento, histórias, sonhos e vivências que são utilizados para entreter, fascinar ou cativar o turista (GÂNDARA et al., 2011)

Nessa perspectiva, toda a atividade turística está imbricada pela imaginação que pode ser despertada por qualquer forma de representação, qual seja: um cartão postal, um mapa, uma música, uma pintura, uma poesia, uma narrativa, ou pela imagem que fica na memória de quem já visitou o destino.

Hack Neto (2015) descreve que desde os tempos mais remotos o homem e depois a sociedade se expressam no tocante a seus espaços vividos ou percorridos por meio de representações. Paredes de caverna, blocos de rocha, pinturas rupestres, pergaminhos, papel e meio digital demonstram uma clara evolução do homem em relação à representação e, portanto, à comunicação. Estas manifestações expressivas estão carregadas da própria cultura, dos valores que regem aqueles grupos (caminhos, mitos, medos, lendas, entre outros) e demonstravam sua forma de “ver” o mundo. (KOZEL e GALVÃO, 2008).

A utilização dos mapas mentais como metodologia nos estudos da área de turismo ainda é recente e pouco utilizada. O que reafirma e justifica o desenvolvimento do tema proposto nesse trabalho de analisar a representação do espaço urbano turístico de Curitiba a partir da percepção dos turistas que visitam a cidade a pé, de ônibus e de bicicleta a fim de comprovar que o espaço urbano turístico de Curitiba possui diversas representações que conformam diferentes significados, que podem variar de acordo com o modo de transporte escolhido para conhecer a cidade.

Para Kozel (2007) os mapas mentais como construções sýgnicas requerem uma interpretação/decodificação, lembrando que estas construções estão inseridas em contextos sociais, espaciais e históricos coletivos referenciando particularidades e singularidades.

Portanto este estudo tem por objetivo analisar a representação do espaço urbano turístico de Curitiba a partir do imaginário e da percepção dos turistas que visitam a cidade: a pé, de ônibus e de bicicleta. E a pesquisa tem por objetivo investigar se existem diferentes percepções e olhares de acordo com o modal de transporte utilizado pelos turistas?

E nesse intuito, o primeiro capítulo traz todas as reflexões teóricas necessárias ao estudo, com os autores que permearam todas as ideias para a construção da tese. No segundo capítulo passamos a caracterizar nosso recorte espacial, compreender Curitiba, o desenvolvimento da atividade turística da cidade, e a infraestrutura existente no espaço urbano-turístico de Curitiba.

No terceiro capítulo apresentamos a metodologia Kozel (2018), que possibilita uma forma de decodificação dos Mapas Mentais através da interpretação quanto à forma de representação dos elementos da imagem, quanto à distribuição dos elementos da imagem, quanto à especificação dos itens (paisagem natural, paisagem construída, elementos móveis, elementos humanos) e apresentação de particularidades ou outros aspectos relevantes.

Ainda no terceiro capítulo apresentamos o perfil dos turistas participantes e os roteiros percorridos pelos turistas em cada modal de transporte escolhido a fim de compreender as diferenças na representação do espaço urbano-turístico de Curitiba trazidas pelos mapas mentais de cada grupo pesquisado.

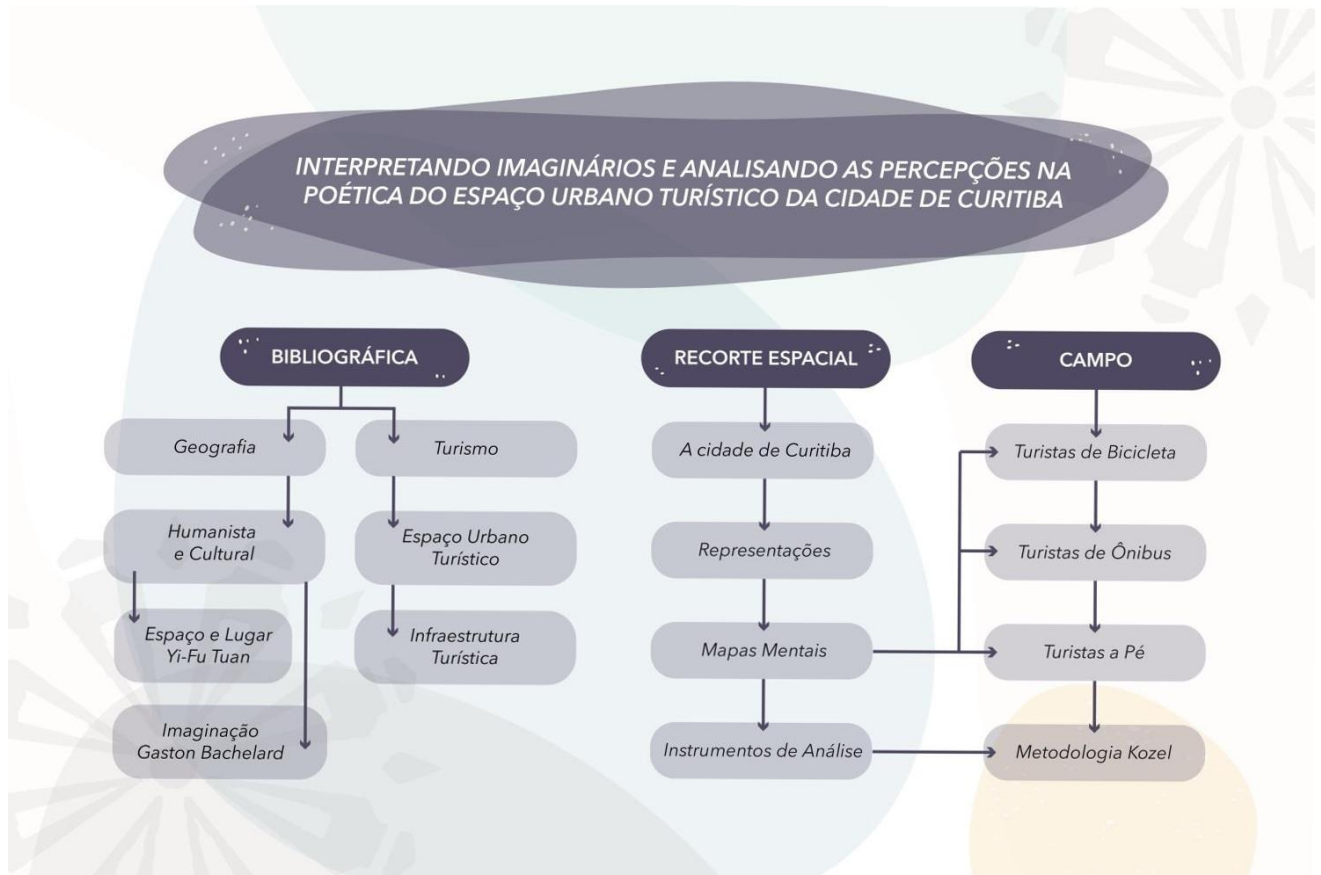
E, por fim, no quarto capítulo realizamos a leitura e interpretação dos ícones dos signos que compuseram os mapas mentais elaborados pelos entrevistados. Assim partimos para as nossas considerações finais e conclusões provisórias sobre o espaço vivido percebido pelo turista na cidade de Curitiba.

Quando consideramos a temática proposta nesta tese e os mapas mentais como metodologia da pesquisa, entendemos que estamos buscando uma nova forma de ampliar os conhecimentos e inovar as possibilidades de análise no âmbito dos estudos relacionados ao espaço, ao sujeito e ao turismo, como relevante e norteador para a construção da tese.

Essa pesquisa embasa-se na perspectiva da Geografia Humanista e Cultural, possibilitando compreender os fenômenos geográficos com o intuito de melhor entender o homem e as suas relações com a natureza, bem como o comportamento e os sentimentos em relação ao espaço e do lugar. (TUAN, 1980 e 1983).

O mapa conceitual (Figura 1) evidencia a estruturação da pesquisa, o aporte teórico e metodológico para a elaboração da tese:

FIGURA 1 – MAPA CONCEITUAL



FONTE: A autora (2020).

Ressaltando que na perspectiva humanista, onde se permite estar no texto, me sinto feliz em poder nesse momento introdutório da minha tese, escrever e desejar para o leitor: tenha uma ótima leitura! Da mesma forma, que compartilho a emoção em realizar esse estudo e fechar este ciclo tão importante e especial, onde, mesmo com obstáculos, alegrias e tristezas, ficam os melhores aprendizados e a experiência vivida no espaço da Geografia, que fez lugar no meu coração e na minha mente, e por isso me sinto grata em apresentar minha tese.

1 IMAGINÁRIOS E PERCEPÇÕES: BASES PARA COMPREENDER O ESPAÇO, AS REPRESENTAÇÕES E O TURISMO

Entende-se a Geografia como a ciência que possui foco na organização e dinâmica do espaço geográfico e das relações estabelecidas entre a sociedade e a natureza. Por isso, possui um grande alcance e domínio no seu campo de conhecimento, e conseqüentemente a integração de diversos fatores físicos, sociais, políticos e econômicos e possibilita maior complexidade em todas as suas linhas de estudos.

Na década de 60 e 70 as Ciências Sociais passaram por uma virada cultural, onde aconteceram diferentes discussões e mudanças epistemológicas, seja na Sociologia, conforme apresentou Noller, “o que, nos anos de 1970, se anuncia empiricamente como globalização é acompanhado por uma transição epistemológica, a passagem de uma compreensão tradicional, geograficamente limitada, para outra, pós-tradicional, aberta e plural, do espaço social” (NOLLER, 2000, p. 21); ou seja na geografia cultural, como propõe McDowell (1996) e Claval (2002, 2004, 2012), em que os geógrafos começam a questionar o sentido de cultura e como está se vincula à organização espacial.

McDowell (1996) aponta que a Geografia Cultural tem se mostrado um campo de pesquisa “excitante”, abrangendo o seguinte: [...] as análises de objetos do cotidiano, representação da natureza na arte e em filmes até estudos do significado de paisagens e a construção social de identidade baseadas em lugares [...] seu foco inclui a investigação da cultura material, costumes sociais e significados simbólicos [...] (MCDOWELL, 1996, p. 159)

A autora expõe que existem três momentos da transformação da geografia cultural, já que sua proposta é apresentar uma historiografia dela. O primeiro enfatizava a chamada Escola de Berkeley. No segundo, apresentava a abordagem da geografia cultural, que vai definir cultura como “conjunto de significados compartilhados expressos nas práticas sociais dentro de um lugar” (Ibidem, p. 159, 160).

Por último, resgatou a dimensão da Teoria Social, evidenciando que não apenas os geógrafos culturais buscavam estudar a cultura, mas os teóricos sociais também, mostrando como a “crescente escala global de produção e consumo afeta as relações entre identidade, significado e lugar” (Ibidem, p.160).

A Geografia Cultural brasileira, no entanto, levou um tempo para incorporar essa discussão. Segundo Claval (2012), a abordagem cultural, na Geografia brasileira, ficou em “repouso” entre os anos 1950 e 1980. A necessidade de uma Geografia crítica que protagonizasse, dentro das ciências sociais, uma explicação para o momento histórico que estava acontecendo, a ditadura militar, fez com que essa abordagem não tivesse um protagonismo e ficasse à margem dentro da própria ciência geográfica.

Dentre os elementos que asseguraram sua continuação destacam-se a pós-modernidade e o estudo das representações, que assume papel protagonista neste novo cenário. Nesse momento reforçam-se os ideais da Geografia Humanista pois suas preocupações possuem uma sensibilidade maior para a diversidade das paisagens, depositando nas pessoas as suas atenções. Essa nova perspectiva de pensar o espaço social, num constante diálogo entre a ação dos sujeitos e as bases estruturais da sociedade, permite uma melhor compreensão do fenômeno turístico também.

Claval, ao afirmar que “As pessoas têm uma reação emotiva diante dos lugares em que vivem, que percorrem regularmente ou que visitam eventualmente” (2010, p.39), consente pensar sobre a complexidade das ações individuais frente às estruturas pré-concebidas. Claval argumenta que:

O objetivo da abordagem cultural é entender a experiência dos homens no meio ambiente e social, compreender a significação que estes impõem ao meio ambiente, e o sentido dado às suas vidas. A abordagem cultural integra as representações mentais e as reações subjetivas no campo da pesquisa geográfica. (CLAVAL, 2002, p. 20)

Assim, torna-se relevante conhecer uma “[...] lógica profunda das ideias, das ideologias ou das religiões para ver como elas modelam a experiência que as pessoas têm do mundo e como influenciam sobre sua ação” (CLAVAL, 1999, p. 53). Nesta perspectiva os lugares não podem mais ser entendidos meramente como espaços acrescidos de forma e função, mas sim, de sentidos elaborados por aqueles que os habitam e visitam. Para Raymond Williams (1982) a cultura é um sistema de significações que tem como objetivo permitir o funcionamento da sociedade global (CLAVAL, 1999).

E nesse processo, conceitos e paradigmas existiram em diversos períodos estabelecendo diferentes princípios teóricos incompatíveis e complementares. E é

exatamente a articulação destes paradigmas, que tornam as discussões cada vez mais necessárias. Para esta tese buscamos melhor compreender os estudos da Geografia Humana, que é reconhecida por Claval (2011, p.46) da seguinte forma:

Há mais similaridades do que parece à primeira vista, entre os geógrafos atraídos pela fenomenologia e aqueles que abraçam a causa radical, pois os dois grupos consideram que os fatos sociais diferem dos fatos naturais. O que é fundamental para os geógrafos de inspiração humanista ou radical não é a distribuição espacial dos fatos sociais, mas amaneira como as pessoas vivem nos lugares onde residem ou os que visitam, deles extraíndo uma experiência.

Portanto, é justamente a interpretação simbólica que os grupos e classes sociais atribuem ao ambiente somada às formas estéticas e ideológicas estabelecidas que resultam nas representações da vida coletiva. E nessa perspectiva, com as transformações do espaço geográfico e o interesse significativo para as questões culturais, McDowel (1996, p.159):

A geografia cultural é atualmente uma das mais excitantes áreas de trabalho geográfico. Abrangendo desde as análises de objetos do cotidiano, representação da natureza na arte, em filmes e até nos estudos de significados das paisagens, e a construção social de identidades baseadas em lugares, ela cobre questões. Seu foco inclui a investigação de cultura material, de costumes sociais e de significados simbólicos, abordados a partir de uma série de perspectivas teóricas.

Assim sendo, nas décadas de 1970 e 1980, a Geografia Humanista estreitou seus laços com a Geografia Cultural e com a Geografia Histórica, ganhando status de campo disciplinar. Hoje, usa-se o termo Geografia Cultural Humanista (HOLZER, 2012). As representações em Geografia possuem, assim, o aporte do método fenomenológico e da Geografia Cultural Humanista.

Bailly (1995) afirma que “représentation” é uma:

Création sociale ou individuelle de schémas pertinents du réel dans le cadre d'une idéologie ; elle consiste soit à évoquer des objets en leur absence, soit, lorsqu'elle double la perception en leur présence, à compléter la connaissance perceptive en se référant à d'autres objets non actuellement perçus. (BAILLY, 1995, p.37)

Portanto, as representações em Geografia são criações individuais ou sociais de traçados mentais constituídos a partir da realidade espacial inerentes a uma ideologia. Para tanto, Kozel (2001, p. 13) afirma:

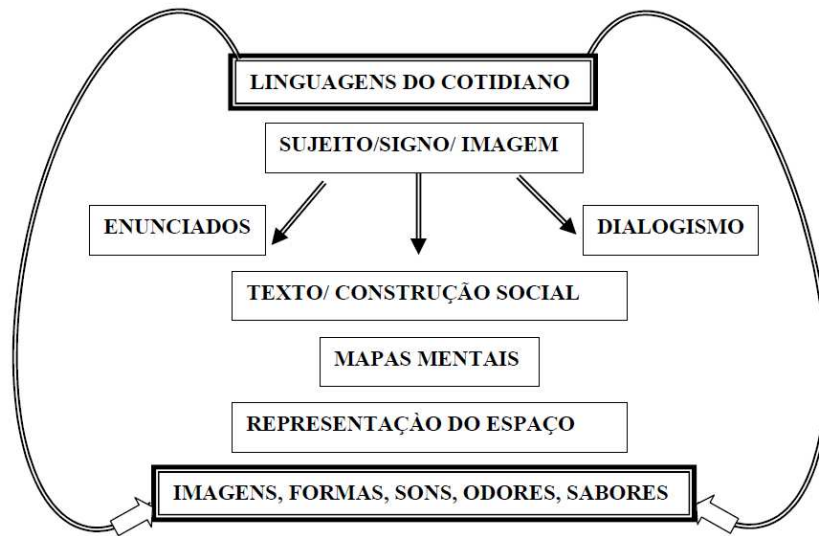
A Geografia das Representações objetiva entender os processos que submetem o comportamento humano, tendo como premissa que este é adquirido através de experiências, temporal, espacial e social, existindo uma relação direta e indireta entre essas representações e as ações humanas, ou seja, entre as representações e o imaginário revolucionando a gênese do conhecimento. Portanto, nos permite compreender a diversidade inerente às práticas sociais, as mentalidades, os vividos, podendo até nos permitir melhor entender os movimentos regionalistas e as tensões inter-regionais.

É possível então entender que a Geografia das Representações irá nos permitir a compreensão das especificidades de cada indivíduo, porém sem negar suas concepções de mundo. E os signos que irão permear as distintas realidades foram construídos socialmente ao longo da existência daquele indivíduo. “Portanto a representação é aqui considerada como uma forma de linguagem impregnada de significados e valores sociais refletindo a realidade ou vivência social dos indivíduos” (KOZEL, 2009, p.1).

Para compreendermos esse processo dialógico entre as linguagens cotidianas, como imagens, sons, sabores, na construção sócio dos sujeitos, dentro da perspectiva deste trabalho onde o turista é o nosso indivíduo que observa e expressa a partir de representações, podemos observar na figura 2, que a discussão de Kozel (2001, 2009), considera as representações como uma forma de linguagem, e possui seu aporte teórico-conceitual em Mikhail Bakhtin (1986), que permitiu a Kozel, a partir de conceito dos enunciados, fosse feita uma análise sócio espacial dos signos com base na interpretação dos mapas mentais, que expôs as relações entre as esferas sociais e as formas de comunicação.

Desta forma, consideraram-se as imagens como texto, e estes não são apenas uma representação individual, mas coletiva, à medida que se compartilham valores e significados com comunidades e redes de relações (KOZEL, 2009).

FIGURA 2 - LINGUAGENS DO COTIDIANO



FONTE: KOZEL, 2009, p. 2.

Na perspectiva de Hall (2016), ao abordar o enfoque da teoria representacional construtivista, onde “as coisas não significam: nós construímos sentido, usando sistemas representacionais – conceitos e signos” (Ibidem, p. 48). O sistema de linguagem construído pelos indivíduos é que vai dar sentido ao mundo material: “Os atores sociais que usam os sistemas conceituais, o linguístico e outros sistemas representacionais de sua cultura para construir sentido, para fazer com que o mundo seja compreensível e para comunicar sobre esse mundo, inteligivelmente, para outros”, (Ibidem, p. 49).

Posto isto, percebemos que para uma dimensão simbólica das práticas sociais e culturais, o método fenomenológico tem sido a ferramenta para os pesquisadores culturais e, principalmente, dos humanistas. Holzer (2012, p.169) afirma que “o método fenomenológico seria utilizado para se fazer uma descrição rigorosa do mundo vivido da experiência humana e, com isso, por meio da intencionalidade, reconhecer as ‘essências’ da estrutura perceptiva”. Desta forma, ao relacionar os lugares, as representações, significados e as vivências, podem-se interpretar as percepções e intencionalidades humanas. Nesse caso, as representações dar-se-ão por meio dessa contribuição da Geografia Cultural Humanista com aporte fenomenológico, que contribui para temáticas relacionadas ao turismo na medida em que tende a integrar a visão de mundo das pessoas, considerando as suas subjetividades, a suas percepções e a experiência vivida nos destinos turísticos,

reforçando a imaginação, a percepção e os sentimentos dos turistas como sujeitos observadores.

Panosso Netto (2005) propõe a fenomenologia aos estudos turísticos, defende que o fenômeno presente no método em estudo deve ser visto com o que se mostra e não com o que parece ser. Assim, compreende-se a fenomenologia por meio do estudo do fenômeno daquilo que está presente na essência da consciência, que se mostra da maneira como é, visando compreender o viver, sendo necessário suspender o juízo de toda a existência presente no mundo exterior para que seja possível retornar à consciência e ver nela a essência dos objetos.

A percepção e a imaginação podem oferecer algumas possibilidades para os estudos do turismo e para compreender como a experiência turística pode promover sentido e significado aos imaginários e à percepção dos sujeitos que praticam esta atividade, foi realizado um estudo da obra fenomenológica do filósofo francês Gaston Bachelard, “A Poética do Espaço” ([1957] 2005), e das obras de Yi-Fu Tuan, “Topofilia: um estudo de percepção, atitudes e valores do meio ambiente” e de “Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência”, fundamentais para o desenvolvimento teórico desta tese.

O livro de Yi-Fu Tuan “Topofilia: Um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente” foi traduzido e publicado em 1980 pela professora da UNESP – Rio Claro, Livia de Oliveira o que registrou um importante marco da Geografia Humanista no Brasil. A Geografia brasileira naquela época, era pensada, sobretudo, a partir de duas correntes geográficas diferentes: a Geografia Crítica com apelo marxista e a Geografia teórica quantitativa com aporte neopositivista.

Portanto a obra de Tuan, publicada originalmente em 1974 nos Estados Unidos, apresentou uma nova alternativa para os estudos da Geografia, valorizando a relação entre pessoas e o espaço, perpassando pela percepção e representação espacial, pelas culturas e pelas relações sociais

A obra Topofilia nos permite avaliar e questionar o modo como percebemos, significamos e idealizamos o mundo e quais os valores que atribuímos a ele. E nos faz compreender que apesar de termos os mesmos sentidos, podemos ter noções de mundo diferentes de acordo com a nossa cultura e a realidade ao estamos inseridas.

Com base em Tuan, (1983, p. 5), entende-se que, em função da capacidade excepcional humana de criação de símbolos combinada à sua percepção pelos sentidos, as pessoas atribuem significado e organizam o espaço e o lugar, sendo que

a maneira como isso ocorre tem na cultura um fator explicativo, já que ela é desenvolvida exclusivamente pelos seres humanos, influenciando seu comportamento e nos seus valores.

Topofilia, é um termo utilizado por Tuan que significa “todos os laços afetivos dos seres humanos com o meio ambiente material” (TUAN, 1980, p. 107). Ou seja, a topofilia, pode possuir diversas formas, variando emoções e intensidade. Podemos descrever exemplos topofílicos distintos como a apreciação estética do meio através do turismo, o contato físico com o ambiente do agricultor, o patriotismo e a relação emocional do homem com seu lar e seus pertences.

Tuan traz uma importante análise que relaciona as diferentes culturas com os espaços urbanos e o simbolismo envolvido. Destacando em sua obra que os diferentes estilos de vida geram padrões espaciais diferentes e que a maneira como as pessoas respondem ao ambiente urbano depende de fatores diversos.

Um exemplo que observamos é quanto aos meios de transporte utilizados que são importantes nas ruas da cidade e afetam a percepção e a avaliação que as pessoas vão ter sobre o espaço. Nas palavras do autor “A imagem urbana é uma para o executivo pendular e outra bem diferente para a criança sentada na escada de entrada de um bairro pobre ou para o vagabundo que dispõe de tempo, mas de quase mais nada.” (TUAN, 1980, p. 259).

Topofilia traz estas novas perspectivas para os estudos da relação entre pessoas e o meio ambiente em que vivem, já a outra obra, deste mesmo autor, “Espaço e Lugar” (1983) traz uma perspectiva sobre a qualidade ambiental, trazendo reflexões sobre o sentimento das pessoas sobre o espaço e o lugar, considerando diferentes maneiras de experienciar (sensório-motora, tátil, visual, conceitual) e interpretar o espaço e lugar como imagens de sentimentos complexos.

Com base em Tuan, (1983, p. 5), entende-se que, em função da capacidade excepcional humana de criação de símbolos combinada à sua percepção pelos sentidos, as pessoas atribuem significado e organizam o espaço e o lugar, sendo que a maneira como isso ocorre tem na cultura um fator explicativo, já que ela é desenvolvida exclusivamente pelos seres humanos, influenciando seu comportamento e valores.”

Para Tuan (1983, p.83) “quando o espaço nos é inteiramente familiar, torna-se lugar”. Espaço e lugar se relacionam, existem três tipos os principais de espaços “o mítico, o pragmático e o abstrato”, espaço se torna lugar na medida em que é

experienciado e valorizado, que tem significação para pessoa, lugar é mais concreto que espaço. (TUAN, 1983, p.19).

Assim pode-se dizer que o estudo do lugar deve levar em conta a possível abordagem do lugar enquanto o seu espaço físico, ressaltando a identidade do lugar, ou então as experiências dos indivíduos com o lugar, no qual as subjetividades humanas terão maior ênfase.

Para Tuan (1983) a cidade é um lugar, ou seja, um centro de significados, por excelência, em razão de possuir muitos símbolos visíveis podendo, por si mesma ser considerada um símbolo. A partir dessas ideias, o autor tomou as categorias de espaço e lugar como bases de suas análises, levando em conta uma perspectiva experiencial.

Por isso, a percepção é uma fase da vivência do sujeito nos lugares. Lugar este, entendido por Tuan (1980, p.387) como “uma entidade única, um conjunto ‘especial’, que tem história e significado. O lugar encarna as experiências e aspirações das pessoas. O lugar não é só um fato a ser explicado na ampla estrutura do espaço, ele é a realidade a ser esclarecida e compreendida sob a perspectiva das pessoas que lhe dão significado”.

Marandola Jr. (2012), reitera que a percepção além de ser pelo lugar que nos identificamos é a partir dela que nos inserimos no mundo e nos lembramos de nossa existência, em última análise, faz parte de nosso cotidiano e se constitui como base de nossa experiência no mundo.

Leite (2009) ressalta: [...] essa relação de afetividade que os indivíduos desenvolvem com o lugar só ocorre em virtude de estes só se voltarem para ele munidos de interesses predeterminados, ou melhor, dotados de uma intencionalidade. Como afirma Relph (1979), os lugares só adquirem identidade e significado através da intenção humana e da relação existente entre aquelas intenções e os atributos objetivos do lugar, ou seja, o cenário físico e as atividades ali desenvolvidas (LEITE, 2009).

Tuan (1983, p.6) esclarece que o espaço e o lugar se complementam, pois “se o espaço é algo que permite o movimento, e que evoca a ideia de circulação, então o lugar seria a pausa e cada pausa no movimento torna possível que a localização se transforme em lugar”. Para Kozel:

O espaço não é somente apreendido através dos sentidos, ele referencia uma relação estabelecida pelo ser humano, emocionalmente de acordo com as suas experiências espaciais. Assim o espaço não é somente percebido, sentido ou representado, mas, também vivido. As imagens que as pessoas constroem estão impregnadas de recordações, significados e experiências. (KOZEL, 2007, p. 117).

Para Tuan (1983) a experiência é um termo que abrange as diferentes maneiras através das quais uma pessoa conhece e constrói a realidade. Estas maneiras variam desde os sentidos mais diretos e passivos como o olfato, paladar e tato, até a percepção visual ativa e a maneira indireta de simbolização.

Nesse sentido, a fenomenologia bachelardiana torna-se uma importante contribuição de uma possível elucidação das subjetividades dos turistas. Parte-se do princípio de que cada sujeito conforma o mundo a partir da poética do espaço calcada na sua imaginação.

Para Bachelard (2005), em outra visão, a fenomenologia da imaginação é o fenômeno do aparecimento da imagem poética da alma do ser humano. A base dessa via poética é a experiência fenomenológica da presença. Assim, Bachelard (2005, p. 9) assinala:

A fenomenologia não alcança o momento do racionalismo dos conceitos, o instante da nova consciência, onde o racionalismo subitamente nega a história da aquisição das ideias para designar e organizar as ideias constitutivas... A tomada de consciência racionalista é, pois nitidamente uma nova consciência. É uma consciência que julga seu saber e que quer transcender o pecado original do empirismo.

O autor ressalta que o estudo dos movimentos da imaginação deve conduzir ao infinito, que na linguagem dos poetas, corresponde a imaginação pura. Assim, a imagem de uma cidade desvela o papel imaginante da linguagem. “O poeta não me confere o passado de sua imagem e, no entanto, ela se enraíza imediatamente em mim”. (BACHELARD, 2005, p. 2)

Neste amplo campo de reflexão, a geografia e o turismo se entrecruzam como leituras possíveis de uma recriação imaginária da realidade, que constroem e dão sentido ao mundo. Ao mesmo tempo em que se aproximam imaginários e realidade, observam-se também suas diferenças e constata-se que os destinos turísticos podem ter formas diferentes de percepção para cada indivíduo.

Bachelard, em sua obra “A Poética do Espaço”, mostra que a “casa” está em nós tanto quanto estamos nela. Não raro, reconhecemos que muito antes da casa

estar concretamente construída no terreno, ela já abriga, enquanto projeção dos nossos desejos e necessidades, os sonhos mais reais de uma possível vida e experiências felizes. Por isso, muitas vezes vivemos mais realizados na casa imaginária dos sonhos, do que na casa que concretamente nos abriga.

Nesse contexto o autor segue uma linha que começa com a poética da casa, enquanto instrumento de proteção para a alma humana, partindo para os valores da casa primitiva dos homens, as cabanas, em seguida a casa das coisas, onde se refere às gavetas, armários e aos cofres, depois os ninhos e conchas, dos cantos e esconderijos, até chegar aos espaços da imensidão e da miniatura, do aberto e do fechado e, por fim, ao valor ontológico das imagens e da fenomenologia do redondo enquanto movimento.

A experiência, sobretudo ligada ao campo das emoções, é um episódio subjetivo que resulta na construção/transformação da pessoa com ênfase nas emoções e no estímulo dos sentidos durante a imersão (CARÚ E COVA, 2003). Portanto o espaço percebido pela emoção e imaginação não pode ser o espaço indiferente entregue à mensuração e à reflexão apenas da experiência turística. Trata-se de uma reflexão poética sobre a percepção do espaço vivido em todas as parcialidades da imaginação, e dos espaços que todos nós construímos a partir da atividade turística.

Para Bachelard, é graças à casa que as nossas lembranças estão guardadas, e quando a casa se complica um pouco, temos um porão e um sótão, cantos e corredores, ou seja, as nossas lembranças têm refúgios cada vez mais bem caracterizados. A eles recorreremos durante toda a vida, em nossos devaneios. Neste teatro do passado que é a memória, o cenário mantém os personagens em seu papel dominante. Em seus mil alvéolos, o espaço retém o tempo comprimido, e é essa a função do espaço.

Dessa forma, acreditamos que os espaços turísticos se constituem como lugares de imaginação, seja para o local, seja para o turista. Os destinos turísticos possuem a premissa de oferecerem uma experiência ímpar aos turistas, geralmente integrando vários produtos turísticos.

Assim, consideraremos aqui que o destino pode ser um conceito de percepção, interpretado subjetivamente pelos turistas, em função do roteiro escolhido para a sua viagem_e relacionado com suas motivações individuais (BIGNÉ, FONT E ANDREU, 2000), certamente essas motivações terão simbologias distintas para cada indivíduo

e também passam a ser representadas de diferentes maneiras refletindo a uma busca interior.

Para melhor compreender o que é o turismo e sua complexidade, Panosso Netto (2005) nos diz que “turismo é [...] um fenômeno de experiências vividas de maneira e desejos diferentes por parte dos seres envolvidos, tanto pelos ditos turistas quanto pelos empreendedores do setor envolvido [...]”, ou seja; suas partes não podem ser estudadas separadamente, pois engloba vários setores que fazem trocas entre si e que são beneficiados com o desenvolvimento do turismo.

Foi no século XX que o turismo ganhou maior impulso, após os períodos de guerras, em função da aplicação das tecnologias desenvolvidas pelos militares para o desenvolvimento social e econômico, a exemplo dos automóveis, aviões, comunicações etc. Houve também outros fatos importantes que contribuíram para o crescimento do turismo como a diminuição da jornada de trabalho para oito horas diárias, garantidas por lei, o aumento da renda e a remuneração das férias, que proporcionaram aos trabalhadores a realizar viagens de lazer, possibilitando também novas formas de conhecimento e interação do homem com o mundo.

E os fatores de motivações para esse “movimento” pelo mundo, são inúmeros. Alguns mais facilmente detectados, outros por envolver muita subjetividade, são difíceis de serem avaliados. De acordo com Kotler; Haider; Rein (1994) o mercado consiste em todos os consumidores potenciais que compartilham de uma necessidade ou desejo específico, dispostos e habilitados para fazer uma troca que satisfaça essa necessidade ou desejo.

Mas o mercado do turismo não é alheio às mudanças sociais, ele acontece numa relação de espaço e tempo que leva em conta o seu agente central, o sujeito turístico, a diversidade de suas motivações e a complexidade de suas demandas (VALDUGA, 2012).

O setor turístico tem se ampliado com novos roteiros e cada vez mais focados para as pessoas que buscam fugir do roteiro comum, vivenciar e explorar as tradições de uma localidade. Nesse sentido, a imaginação poética bachelardiana, pode nos oferecer possibilidades para a compreensão desse fenômeno, que se refere ao nosso mundo imaginário, pois ao concebermos que iremos fazer alguma coisa, a mesma passa a existir num primeiro momento no pensamento para depois materializar-se no mundo real que escolhemos vivenciar.

Nessa perspectiva percebe-se a importância da segmentação no mercado turístico, sobretudo pelas peculiaridades dos destinos, quanto a adequação e as características locais e atrativos, seja turismo de sol e praia, de negócios, de eventos, de aventura, de caráter cultural, religioso, entre outros. O foco deve estar centrado no imaginário dos visitantes, relacionado à busca de um sentido para a prática do turismo.

Os visitantes de uma cidade podem ter uma leitura muito tênue daquilo que o espaço turístico pode significar para o cotidiano dos moradores locais. Raramente se propicia ao turista a inserção na cultura do local visitado, assim, essa imagem pode variar, conforme a experiência vivenciada pelo observador. O turista em uma destinação turística realiza suas observações, registrando tudo o que sente e percebe durante toda sua estada.

Castrogiovanni (2000) destaca que nos caminhos por onde passam os fluxos turísticos há a possibilidade de transitar entre o real edificado e o imaginário possível de ser construído a qualquer momento. O imaginário faz parte das subjetividades de cada visitante, nesse sentido há uma intersecção entre o mundo exterior, ou seja, o espaço visitado pelo turista e o mundo interior que perpassa pelas emoções do turista.

O turismo apropria-se da paisagem das cidades para desenvolver sobre ela leituras criativas. Nos caminhos ainda podem ser observadas as facilidades de fluxo das pessoas e dos veículos, a agradabilidade estética, a paisagem construída, os serviços urbanos, os equipamentos de apoio ao turismo e o “mobiliário urbano” (placas de sinalização, paradas de ônibus, postes, brinquedos das praças, dentre outros). (BOULLÓN, 2002; CASTROGIOVANNI, 2000).

O espaço não é construído para uma pessoa, mas para várias, que apresentam diferenças de temperamento, formação, ocupação profissional, origem étnica, diversidade social e, portanto, interesses. Assim, a cidade é uma representação da condição humana, sendo que essa representação se manifesta por meio da arquitetura em si e da ordenação de seus elementos (CASTROGIOVANNI, 2000).

O turismo desenvolve-se dentro desta realidade e se utiliza das singularidades e comportamentos locais que vão além da expressão arquitetônica como: os sotaques, idiomas ou dialetos, trajes típicos, danças, música local, teatro, esculturas, pinturas, jogos, costumes, crenças etc. Essas espacialidades dos sujeitos são materializadas como forma de “organizar os desejos, pensamentos e sentimentos” (CASSIRER, [1957] 2011, p. 108), desde os primórdios da humanidade.

As características arquitetônicas, as singularidades ou atividades econômicas isoladamente ou em conjunto formam diversos segmentos turísticos como: o turismo de negócios, o turismo de eventos, o turismo histórico-cultural, o turismo religioso e o turismo de lazer.

Assim, podemos estabelecer uma analogia com Bachelard quando o autor aborda a questão da fenomenologia do redondo, que nos conduz à percepção poética de um “movimento constante da vida, basta darmos um passo e já não estamos no mesmo lugar”, afastando-se diametralmente de toda a evidência e obviedade geométrica.

A afirmação de que “provavelmente a vida é redonda”, pronunciada por Van Gogh, desperta uma indagação acerca da imagem poética do redondo como movimento das coisas, como conforto da linha curva e, principalmente, como fluxo contínuo não linear, no qual o “ir e vir” do turismo pode ser o desejo da vivência do espaço e de conhecimentos a ele associados. Uma prática sobre a contradição dialética, entre o “aqui e agora” e a “totalidade e o sempre”, da continuidade e da descontinuidade, através da mobilidade no espaço (GEIGER, 1996).

Na imensidão íntima, exposta na obra de Bachelard (2005, p. 210), o exemplo de Diolé que escreve que “quem tivesse conhecido o mar profundo não podia mais voltar a ser um homem como os outros. Em momentos como esse, no meio do deserto, tenho a prova disto. Pois percebi que mentalmente, andando, encho de água o cenário do deserto.” E essa passagem da obra permite reiterar a importância do conhecer e explorar os diversos espaços e as imagens para a construção do seu “próprio espaço” aspectos ressaltados na conexão entre as teorias explicitadas e a atividade turística.

Portanto, para Bachelard, a imaginação, a percepção e a definição dos significados estão em nós, no valor que damos aos fatos da nossa vida e não, necessariamente, ligada ao tamanho dos espaços, objetos ou desafios. Aquilo que para alguns pode significar um desafio imenso, para outros pode representar uma experiência do cotidiano. Tudo depende da perspectiva pela qual se olha para o desafio, para o espaço e para as experiências.

Compreender o espaço em que vivemos, ou que visitamos é considerá-lo não como uma soma de objetos e lugares, mas sim como um sistema de relações e interações subjetivas e objetivas, reais e simbólicas. E a partir dessas proposições nos parece ainda mais evidente que essas inter-relações ocorrem porque cada

pessoa tem diferentes experiências, referências e anseios pessoais, e por isso, “cada pessoa está rodeada por ‘camadas’ concêntricas de espaço vivido, da sala para o lar, para a vizinhança, cidade, região e para a nação” (BUTTIMER, 1982, p. 178). Para o referido autor, a noção de mundo-vivido sugere essencialmente as dimensões refletivas da experiência, tomadas como certas e determinantes das atitudes e do comportamento.

As vivências, as experiências e o “mundo” de cada indivíduo, o seu eu com o mundo, refletem as relações e as dimensões dos processos, que trazem significados e os valores de cada experiência para a construção do espaço vivido. Para Massey (2012), essa é a premissa básica para compreensão desse tema, e a partir disso considerar que “compreender o espaço com esfera da possibilidade da existência da multiplicidade, no sentido da pluralidade contemporânea, como a esfera na qual distintas trajetórias coexistem.”

Para Holzer (2012), o conceito de mundo, pensado a partir da fenomenologia, nos permite pensar em uma constituição ontológica da ciência geográfica. Essa necessidade por buscar ir além do enquadramento da geografia como ciência moderna, em direção a sua essência que, segundo Dardel (2011), é a geograficidade: modo de ser geográfico, implicando tanto a existência quanto a experiência.

Essas relações se explicam em uma interdependência entre espacialidade, mundo e ser-no-mundo não havendo predicções entre eles, pelo contrário, todos se reúnem na proximidade que se realiza a partir de uma cotidianidade que os envolve em uma circunstancialidade. (MARANDOLA JR., 2012).

Carsalade (1998) apresentou em seus estudos a perspectiva da cidade como um espaço vivido e percebido, desse modo, enfatiza que a cidade deve ser considerada como um território signifiante que confere ao seu morador um sentimento de pertencimento a um lugar, onde ele é único e tem sua própria identidade. Assim, pode-se afirmar que a cidade deve ser considerada um organismo vivo, resultado de diversas interações, sendo estas de ordem física, econômica, política, entre outras.

Para Lynch (2011) a cidade é considerada uma construção no espaço, sendo percebida ao decorrer de longos períodos. Castrogiovanni (2000) reforça a dinamicidade das cidades, ao salientar que no caso dos turistas, contemplá-las e observá-las têm suas peculiaridades, pois quanto mais comum o cenário urbano aparenta ser, mais diferenças tornam-se evidentes dentro deste.

Para Tuan (2013, p. 224) “[...] o homem moderno se movimenta tanto, que não tem tempo de criar raízes; sua experiência e apreciação de lugar é superficial”. Segundo o autor, para os moradores de uma cidade, reconhecer lugares se torna tarefa fácil. Já os turistas, estão sempre em busca de novos lugares, quando adentram um novo ambiente, “são forçados a ver e a pensar sem apoio de todo um mundo de vistas, sons e cheiros conhecidos – em sua maioria desconhecidos – que dão peso ao ser: os lugares de férias, apesar de encantados, após algum tempo parecem irreais”. (PÁDUA, 2013, p. 178).

Desta forma, “[...] ‘sentir’ um lugar leva mais tempo: isso se faz de experiências, em sua maior parte fugazes e pouco dramáticas, repetidas dia após dia e ao longo dos anos”, representadas por “uma mistura singular de vistas, sons e cheiros, uma harmonia ímpar de ritmos naturais e artificiais, como a hora do Sol nascer e se pôr, de trabalhar e brincar. Sentir um lugar é registrado pelos nossos músculos e ossos”. (TUAN, 2013, p. 224).

Esses conceitos e essas demandas, somadas a dinâmica das mudanças socioculturais, econômicas e ambientais das cidades passam por uma adequação voltada aos meios de gestão que sejam condizentes com a realidade observada e pelas transformações tecnológicas com rápido incremento dos processos de desenvolvimento e dos espaços urbano turísticos. Yázigli (2003, p. 71), explica que o sentido afetivo corresponde àquele “que cria o sentimento de pertença ao lugar, fator cívico fundamental para um destino em construção”. Nesse aspecto, há “[...] o impacto de que uma imagem urbana pode provocar nos imaginários de todos quantos a experimentam”.

Além disso, Tuan afirma que “a experiência está voltada para o mundo exterior” (TUAN, 2013, p. 17), implicando “a capacidade de aprender a partir da própria vivência” (TUAN, 2013, p. 18), estando também, segundo o autor, diretamente relacionada aos conceitos de sensação, percepção, concepção, emoção e pensamento.

Dessa forma, é possível observar que a experiência está diretamente relacionada ao conceito de lugar, visto que a relação de um indivíduo com o lugar que gera uma experiência. Assim, “o espaço transforma-se em lugar à medida que adquire definição e significado”. (TUAN, 2013, p. 167). E, assim, “entender como as pessoas percebem o seu ambiente de vivência significa estar aberto a aceitar várias formas de

ver o mundo, porém nenhuma delas corresponderá a uma verdade única”. (NITSCHE, 2012, p. 70).

De acordo com Yázigí (2003, p. 21-22), para o turismo, o despertar sonhos, lembranças, nostalgias e, sobretudo, a necessidade de repetir a experiência. Este é o círculo do deslocamento espacial promovido, simbolicamente, pelo turismo. [...] Superam-se as barreiras do tempo misturando, imaginariamente, o passado ao presente que já incorpora um futuro previsível. Acumulam-se os detalhes, concentram-se, em um espaço edificado para esta ficção, paisagens, temperaturas, sabores, odores, cores, culturas e valores. (YÁZIGI, 2001, p. 21-22).

Assim, a imagem de um determinado lugar pode variar dependendo de cada observador. No caso do turista no espaço urbano o tempo todo que estiver transitando estará realizando suas observações. Lefebvre (2008) destaca que o espaço pode ser considerado o produto resultante das relações de produção que se encontram a cargo de um grupo atuante e que, como tal, se torna objeto de troca.

Os espaços que são vivenciados tanto por seus moradores quanto pelos turistas que a visitam, tornam-se espaços ricos pelas experiências, pelas vivências e pelas expectativas. Logo, a cidade é o resultado de uma relação íntima entre o lugar e o espaço, um palco de transformações e interações de apropriação e de memória (BETTENCOURT, 2010).

As cidades, devem ser considerados especiais, pois a cada instante há mais do que o olhar pode apreender, do mesmo modo que há um cenário ou um espaço esperando para ser explorado, Lynch (2011) discute que a cidade é considerada uma construção no espaço, sendo percebida ao decorrer de longos períodos. Bresciani (2004), ainda, corrobora esse fato quando frisa que o traçado de uma cidade é uma arte processual e representa uma leitura temporal, porque para Lynch (2011), existe mais do que os olhos podem ver, do que o olfato pode sentir ou do que os ouvidos podem ouvir, assim cada momento é repleto de significados e sentimentos, ou seja, a cidade é o que é visto e sentido pelas pessoas.

Desta forma, o espaço e “a cidade sedia encontros, informação, diversão, negócios, serviços, compras, sendo cada uma dessas categorias subdivididas em inumeráveis possibilidades de atração turística”. (YÁZIGI, 2001, p. 72). Nesse sentido, pode-se dizer que “o fenômeno turístico [...] é, em essência, fortemente visual. Vasculha-se o assentamento para inferir o significado daquela localidade e sua originalidade. Vasculha-se o assentamento para inferir o significado daquela

localidade e sua originalidade. O primeiro choque cultural é, por isso mesmo, urbanístico”. (CASTROGIOVANNI, 2002, p. 15).

Bahl (2004, p. 32) trabalha com o conceito de “sincronização entre espaço-tempo e bens e serviços” para definir as características de um roteiro. Ou seja, a partir da combinação de fatores vinculados ao espaço geográfico que será abrangido ou percorrido; aos tempos de duração dos deslocamentos e o necessário em cada destinação, bem como ao disponível pelos potenciais participantes (turistas e visitantes) para usufruto de uma programação turística; ao tipo de atrativos a serem visitados e aos serviços associados (transporte, hospedagem, alimentação, entre outros.). (BAHL, 2004, p. 32).

Partindo da ideia de Bahl (2004) onde são necessários esses fatores para que ocorra a atividade turística, buscou-se então compreender quais elementos podem compor o espaço turístico ou o espaço urbano turístico, que compreendo neste trabalho como aquele espaço que se adaptou para que fosse possível desenvolver a atividade turística em uma localidade. Para tanto, os conceitos de Lynch (2011), Boullón (2002), Lamas (2004), Cullen (1983) nos trazem uma discussão importante quanto a esses elementos para que haja essa sincronia espaço-tempo nos destinos turísticos.

Para Boullón (2002) o espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que são a matéria-prima do turismo. Estes considerados elementos do patrimônio turístico, juntamente com o empreendimento e a infraestrutura turística, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país.

Os elementos urbanos que podem ser analisados pelos turistas segundo Boullón (2002) são seis:

1) pontos de interseção: áreas abertas ou cobertas de uso público onde o turista as percorre livremente. Por exemplo: praças, parques, mercado, igrejas shoppings ou galerias;

2) marcos divisórios: construções, artefatos urbanos e monumentos que se destacam na paisagem urbana como pontos de referência exterior ao observador;

3) bairros: áreas da cidade que tiveram a sua ocupação planejada ou podem ter passado por processo de urbanização após a sua ocupação inicial;

4) setores: áreas específicas dos bairros apresentando-se como rugosidades dentro da homogeneidade que tendem a ser os bairros. Por exemplo: setores históricos;

5) bordas ou franjas urbanas: elementos lineares que marcam o limite ou transição da passagem entre áreas ou do próprio todo que se constitui o tecido urbano. São elementos fronteiros que tendem a ser uma terceira paisagem, trazendo características das duas paisagens que se encontram;

6) caminhos: são as ruas, avenidas, becos e passagens que podem ser considerados as melhores opções para se visitar os atrativos turísticos ou entrar na cidade e sair dela. O caminho pode passar a ser o principal atrativo.

Lamas (2004) discorre a respeito dos conceitos a partir dos elementos morfológicos do espaço urbano, que segundo ele são: ruas e traçados, escala bairro, monumentos, fachadas, praças, jardins, áreas verdes, e mobiliário urbano. Portanto, de acordo com o autor, o estudo da morfologia urbana “(...) ocupa-se da divisão do meio urbano em partes (elementos morfológicos) e da articulação destes entre si e com o conjunto que definem os lugares que constituem o espaço urbano” (LAMAS, 2004, p. 38).

Cullen (1983), em sua obra ‘Paisagem Urbana’ analisa o espaço urbano com uma nova perspectiva por meio do emprego da apreciação das particularidades presentes na paisagem. Desse modo, Lopes (2010) ressalta que, de acordo com Cullen (1983), a cidade deve ser projetada com o intuito de criar emoções ao cidadão, pois este deve viver a cidade, aprender o espaço a partir da ótica, do local e do conteúdo, sendo que o combate à monotonia é realizado por meio de jogos de elementos, contrastes, cores, texturas, escalas em conjunção com um todo emotivo dentro do contexto da cidade. Cullen (1983), em seu estudo busca, então, englobar os seguintes aspectos do espaço urbano: as estradas, as barreiras e restrições, os recintos e os pontos focais.

O Quadro 1, organizado por Manosso (2015), elenca as diferentes representações urbano-turísticas e as categorias de análise referentes ao espaço urbano e as perspectivas que Lynch (1982), Boullón (2002), Lamas (2004) e Cullen (1983) apresentaram em suas obras:

QUADRO 1 - CATEGORIAS DE ANÁLISE DO ESPAÇO URBANO-TURÍSTICO

Representação Urbano-Turística	Categorias
<u>Urbana</u>	Vias (Caminhos) = Estradas; Ruas; Traçados; Calçadas.
	Bairros = Escala Bairro; Bairros; Setores.
	Limites = Barreiras, Restrições; Bordas.
	Sinalização Urbana e Turística.
	Mobiliário Urbano.
<u>Natureza</u>	Parques.
	Passeios Públicos e Jardins.
	Praças.
	Ruas Arborizadas.
<u>Histórico-Cultural</u>	Marcos
	Pontos Nodais e Pontos Focais
	Logradouros
	Recintos
	Monumentos
	Fachadas
	Lazer e Recreação.
<u>Entretenimento</u>	Compras.
	Gastronomia.
	Roteiros Urbano-Turísticos.

FONTE: MANOSSO (2015) com base em LYNCH (1982); BOULLÓN (2002); LAMAS (2004) E CULLEN (1983).

Ao analisar o quadro proposto por Manosso (2015), percebemos que as representações urbano turísticas nos apresentam uma possibilidade de visualizar como o espaço urbano está constituído e como esse mesmo espaço é utilizado para fins turísticos. Mas, ainda no que diz respeito aos elementos que compõe o espaço urbano turístico vale ressaltar o que Castrogiovanni (2001, p. 30) considera sobre os percursos e roteiros que os turistas fazem e que “muitas vezes os caminhos que passamos passam a ser os atrativos”, e corroborando com as ideias de Boullón (2002) que descreve no sexto elemento de análise: caminhos, o autor ressalta outros sete importantes elementos para a análise e identificação de diferentes características no espaço urbano-turístico, em caminhos ou roteiros, como, por exemplo, as ruas, as avenidas, os becos e passagens, (CASTROGIOVANNI, 2001, p. 30-31) sendo eles:

1) Facilidade de fluxo das pessoas e dos veículos: devem ser observados os equipamentos turísticos e a facilidade ou não do movimento entre estes e outros pontos de interesse;

2) Agradabilidade estética: é a impressão estética causada por usos (o uso residencial e o comercial, as áreas verdes, as áreas industriais etc.; devem ser

avaliados como são usados pelos diferentes “segmentos” os diferentes espaços urbanos);

3) Ambientes (determinados conjuntos do caminho que se destacam por causar uma impressão agradável; pode ser um conjunto de prédios, o desenho das calçadas, a disposição de uma grande árvore, a arborização das margens de um riacho etc.);

4) Paisagem construída e os caminhos: são as impressões, os sentimentos que a paisagem sugere a partir da visão arquitetônica, da sua apresentação;

5) Serviços urbanos: arborização, água, esgoto, pavimentação, iluminação, limpeza pública, transporte público ou privado, águas correntes etc.;

6) Equipamentos de apoio ao turismo: restaurantes, bares, teatros, centros de informação, hotéis, bancos, comércio, parques, praças, comunicações, postos de gasolina, borracharias, farmácias, lojas de souvenirs, centros de artesanato etc.;

7) “Mobiliário” urbano: placas de sinalização, mapas de orientação urbana, bancos de praça, paradas de ônibus, postes para iluminação pública, floreiras, lixeiras, quiosques, corredores verdes, limpeza do meio-fio, brinquedos na praça etc.

Entendendo que espaço urbano que compõe espaço urbano turístico, ou seja, aquele que está adaptado para este fim, não é composto ou construído para uma pessoa, mas para várias, com diferentes interesses culturais, formação, ocupação profissional, origem étnica, diversidade social, e por isso possui uma variedade de equipamento e serviços que podem atender os habitantes e os turistas que a visitam. Assim, a cidade é uma representação da condição humana, sendo que essa representação se manifesta por meio da arquitetura em si e da ordenação de seus elementos (CASTROGIOVANNI, 2000).

Para realização dessa tese foi importante compreender e construir alguns conceitos que dentro da dinâmica do espaço e do turismo, fossem possíveis criar formas de analisar a partir da metodologia escolhida um diferente olhar, ou diferentes percepções desse espaço urbano-turístico compreendendo as possibilidades de um turista olhar algo que considere “turístico” e que simultaneamente é parte do espaço da cidade como estrutura do morador. Em complemento a esta afirmação, Tuan descreve que “a cidade é [...] um centro de significados, por excelência. Possui muitos símbolos bem visíveis. Mais ainda, a própria cidade é um símbolo” (TUAN, 1983, p. 211).

Por isso, os conceitos apresentados de representações urbano-turísticas e as categorias de análise referentes ao espaço urbano e as perspectivas de Lynch (1982),

Boullón (2002), Lamas (2004) e Cullen (1983), colaboram para esse entendimento, mas são as características pontuadas por Castrogiovanni (2000), no quadro 2, que serviram como ferramenta de análise na metodologia do trabalho.

QUADRO 2 - REPRESENTAÇÕES URBANO-TURÍSTICAS POR CASTROGIOVANNI (2000)

Representação Urbano-Turística	Categorias
<u>Especificidades percebidas em roteiros turísticos</u>	Facilidade de Fluxo (pessoas e veículos)
	Agradabilidade Estética
	Paisagem Construída e Caminhos
	Serviços Urbanos
	Equipamentos de Apoio ao Turismo
	Mobiliário Urbano

Fonte: CASTROGIOVANNI (2000).

Os destinos turísticos oferecem uma experiência diferente aos turistas, geralmente integrando vários produtos turísticos. Considerando que o destino pode ser um conceito de percepção, interpretado subjetivamente pelos visitantes, em função do roteiro escolhido para a viagem, relacionado com suas motivações individuais. E certamente essas motivações possuem simbologias distintas para cada indivíduo e também passam a ser representadas de diferentes maneiras refletindo a uma busca interior, e as distintas formas simbólicas geram inúmeras representações.

O Turismo de Experiência ou Turismo Cultural tem se ampliado com e cada vez mais espaço entre as pessoas que buscam fugir do roteiro comum, vivenciar e explorar as tradições de uma localidade. O agir humano, com todas as expectativas que envolvem, será, nesta medida, a grande chave de modelagem quer da imagem mítica, quer da linguagem, e não tanto a forma daquilo que é experimentado (GIL FILHO, 2012).

E essa relação do agir, em Bachelard pode estar ligada a dialética do interno e do externo, dialética que repercute na percepção do aberto e do fechado. Das relações entre o interior e o exterior, tanto dos espaços físicos vividos, quanto da alma. No caso do exterior e do interior verificamos uma constante dialética, pois, diante da liberdade da poesia, ora o exterior representa a prisão ora o interior é a imensidão, e é nessa imensidão que perpassam todas as formas simbólicas em cada indivíduo nos mais diversos lugares.

E nessa perspectiva, a atividade turística, pode simbolizar sonhos, desejos e emoções para as pessoas. Os sonhos, que na psicologia, são considerados um

processo psíquico natural, nossa percepção consciente é apenas uma parte daquilo que captamos, outra parte, ainda maior está no inconsciente. O turismo pode ser essa forma relacional entre o homem e o mundo. Desse modo, a essência de cada pessoa vai possibilitar uma conformação de mundo de acordo com a singularidade de cada sujeito e da forma como nosso inconsciente armazena a experiência turística, ou seja, “o espaço transforma-se em lugar à medida que adquire definição e significado” (TUAN, 2013, p. 167).

A partir destas reflexões ressaltamos que a atividade turística e o espaço urbano-turístico aqui apresentados não são considerados apenas na perspectiva mercadológica, mas a partir das peculiaridades, da construção dos sentidos e diferentes representações para cada indivíduo, de acordo com seus conhecimentos, vivências e emoções. As experiências constroem lembranças, significados e memórias.

Para Bachelard (2005, p.19), “o espaço percebido pela imaginação não pode ser o espaço indiferente à mensuração do geômetra. É um espaço vivido. E vivido não em sua posteridade, mas com todas as parcialidades da imaginação”.

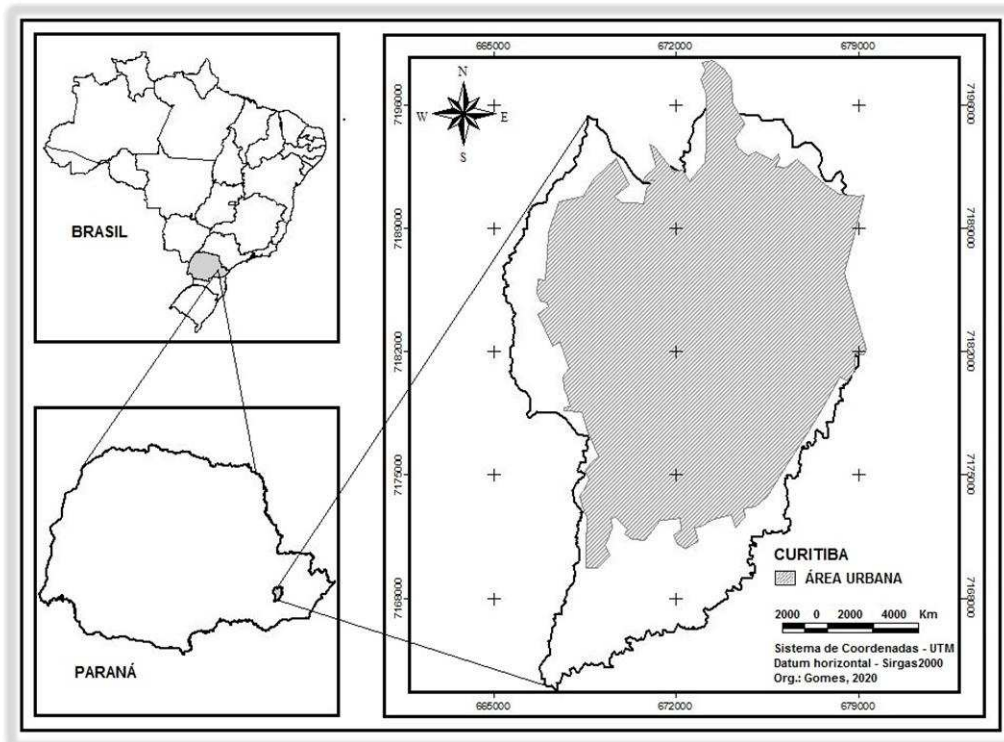
Refletir sobre os fenômenos que permeiam os espaços vividos pelos turistas, aliando às ideias aqui contextualizadas, permite também levar em consideração todas as múltiplas relações existentes nos espaços geográfico e turístico e em todos os aspectos subjetivos como a experiência, os sentimentos, as emoções, a cultura, as relações socioeconômicas, entre outros, que se encontram presentes nas relações individuais e de grupos, enriquecendo o conhecimento, transformando o olhar e tornando o entendimento dos espaços vividos ainda mais complexos.

2 O RECORTE ESPACIAL PROPOSTO: CONTEXTUALIZANDO O ESPAÇO URBANO-TURÍSTICO DA CIDADE DE CURITIBA



A cidade de Curitiba é a capital do estado do Paraná, e se localiza na região sul do Brasil, como podemos observar na figura 3. A cidade ocupa um espaço geográfico de aproximadamente 433 mil quilômetros quadrados e possui uma estimativa (2019) populacional de 1.933.105 habitantes, segundo os dados disponibilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE.

FIGURA 3 - MAPA DE LOCALIZAÇÃO DA CIDADE DE CURITIBA



FONTE: GOMES (2020) para esta tese.

Conhecida pelas questões de seu planejamento urbano, a cidade sempre teve muitas ações de marketing fortemente voltadas a qualidade de vida da população, pela existência de áreas verdes, em forma de parques, praças e bosques distribuídos em seu território considerados atrativos turísticos por aqueles que visitam a cidade (RECHIA, 2005; HORODYSKI, 2014).

Esse planejamento urbano de Curitiba possui relação com o crescimento da cidade e a expansão urbana que foram os principais objetivos dos administradores da cidade desde seu início. Isso pode ser percebido a partir da observação do histórico contextualizado da cidade, a seguir apresentado, onde procuro relacionar os principais fatos ligados ao planejamento da cidade e o desenvolvimento da atividade turística.

Para a apresentação destas informações, foram pesquisados documentos e materiais da Casa da Memória, do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba, da Prefeitura Municipal de Curitiba, Instituto Municipal de Turismo e também do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, sendo a maioria das informações disponíveis nos sites destas instituições.

Em 29 de março de 1693, o capitão-povoador Matheus Martins Leme, ao coroar os 'apelos de paz, quietação e bem comum do povo', promoveu a primeira eleição para a Câmara de Vereadores e a instalação da Vila, como exigiam as Ordenações Portuguesas. Estava fundada a Vila de Nossa Senhora da Luz dos Pinhais, depois Curitiba.

A mudança do nome da vila e da rotina do povoado veio em 1721, com a visita do ouvidor Raphael Pires Pardinho. Ele foi, provavelmente, a primeira autoridade a se preocupar com o meio ambiente da cidade, iniciando uma tradição pela qual Curitiba é reconhecida até os dias atuais. Já naquela época, o ouvidor determinou aos habitantes que tivessem determinados cuidados com a natureza. O corte de árvores, por exemplo, só poderia ser feito em áreas delimitadas. E os moradores ficavam obrigados a limpar o Ribeiro, que hoje é o Rio Belém, a fim de evitar o banhado em frente à igreja matriz. O ouvidor Pardinho estabeleceu também que as casas não poderiam ser construídas sem autorização da Câmara e deveriam ser cobertas com telhas. As ruas já iniciadas teriam de ser continuadas, para que a vila crescesse com uniformidade.

Junto com o desenvolvimento, em 1853 foi conquistada a emancipação do Paraná e Curitiba se tornou capital. De povoado a metrópole, o que definiu o perfil de Curitiba foi a chegada de imigrantes das mais variadas procedências. Europeus,

asiáticos e africanos contribuíram para a formação da estrutura populacional, econômica, social e cultural da cidade. Da mesma forma, paulistas, gaúchos, mineiros, nordestinos, enfim, brasileiros de todas as localidades também aqui se encontram, formando a população de Curitiba.

A palavra Curitiba é de origem Guarani: *kur yt yba* que significa “grande quantidade de pinheiros, pinheiral”, na linguagem dos índios, que foram os primeiros habitantes do território. Nos primórdios da ocupação humana, as terras onde hoje está Curitiba apresentavam grande quantidade de *Araucaria angustifolia*, o pinheiro-do-Paraná.

No ano de 1853, a cidade já possuía 27 quadras, 5.819 habitantes, 308 casas e mais de 50 em construção. Nesta época, o engenheiro francês Pierre Taulois já atuava na província como inspetor geral de medição de terras públicas e coube a ele a tarefa de estabelecer um novo traçado para a cidade. Apresentado em 1855, o chamado ‘Plano Taulois’ transformava Curitiba em uma cidade de linhas retas com cruzamentos em ângulos retos e bem definidos (MENEZES, 1996).

Ao fazer recomendações quanto ao traçado e alinhamento das ruas existentes na Vila, sugeria a administração pública que, quando autorizasse futuras construções respeitasse o plano de prolongamento das ruas (SANTORO, 2002, p.17).

A década de 1880 foi marcada por grandes transformações no cenário urbano, com a instalação da estrada de ferro do Passeio Público, inaugurado em 1886 e representando a primeira grande área de lazer da cidade, e ainda do Teatro São Teodoro da Santa Casa de Misericórdia e da primeira linha de bondes.

A imigração fez a população de Curitiba triplicar em menos de vinte anos. Entre 1890 e 1896, 28 mil imigrantes vieram para a cidade e entre 1907 e 1914, chegaram 27 mil. O rápido crescimento da população neste período fez surgir, na cidade, problemas como a falta de segurança pública, de escolas e de iluminação; além de precariedades das vias de acesso entre as colônias e o núcleo urbano.

A partir deste quadro, em 1895, foi instituído novo instrumento para a manutenção da ordem na cidade: o Código de Posturas de Curitiba, que hoje corresponde à Lei Orgânica do Município. O código previa padrões de higiene e aperfeiçoava a estrutura da cidade. Para Santoro (2002, p.17), “a importância desse

Código reside justamente no fato de pela primeira vez ficar visível o legislar da Câmara, sob o amparo do saber especializado como de médicos e engenheiros”.

Em 1912, a cidade teve a implantação da primeira universidade brasileira a Universidade Federal do Paraná - UFPR, inaugurada em 18 de dezembro transformando Curitiba em importante polo regional de educação e cultura.

Mesmo tendo passado por alterações legislativas e práticas neste período, a cidade não atingiu um nível de plano bem estruturado. A necessidade dessa estruturação tornava-se cada dia mais importante, “[...] um ambiente que deveria espelhar os novos valores sociais propostos pela classe dirigente: a Curitiba acanhada de outrora precisava dar lugar a uma nova cidade” (TRINDADE et al., 1997).

Apesar das intervenções feitas a partir do Plano Taubois terem características de um plano urbanístico, não foi considerado como tal, já que não seguiu os critérios científicos do urbanismo que só se afirmou como disciplina científica no final do século XIX (MENEZES, 1996).

Até a década de 1940, Curitiba era uma pequena cidade provinciana. Contudo, a partir da ocupação do Norte do Paraná, novos investimentos foram realizados e a cidade iniciou um processo de reestruturação urbana.

Mesmo considerando a importância das reformas empreendidas pelas administrações municipais curitibanas no início do século XX, é mais correto pensar que a cidade só veio conhecer efetivamente o urbanismo na década de quarenta (TRINDADE et al., 1997, p.45).

Curitiba entrou na década de 1940 com aproximadamente 127 mil habitantes. Com a ocupação do Norte do Paraná, o crescimento da economia baseada na produção do café levou acabou trazendo investimentos também para Curitiba e a cidade iniciou um novo processo de transformação na sua estrutura urbana.

Com o intuito de disciplinar a ocupação do solo, a Prefeitura Municipal de Curitiba começou a implantar um plano urbanístico que recebe o nome de Plano Agache. Assim, é marcado o início do planejamento urbano estruturado de Curitiba.

Com início em 1943, a elaboração do plano urbanístico pelo francês Donat Alfred Agache, da empresa Coimbra Bueno & Cia Ltda, teve uma grande contribuição para o urbanismo em nível nacional, já que faziam parte de sua metodologia os aspectos geográficos e históricos e os indicadores socioeconômicos da cidade (TRINDADE et al., 1997).

Este Plano Diretor de Urbanização de Curitiba estabeleceu diretrizes e normas técnicas para ordenar o crescimento físico, urbano e espacial da cidade, disciplinando o tráfego e organizando as funções urbanas, além de coordenar e zonear as atividades e de codificar as edificações, estimulando e orientando desta maneira o desenvolvimento.

A organicidade de Curitiba dar-se-ia por intermédio do perfeito funcionamento de seus centros, ou “órgãos funcionais”, os quais, interagindo harmoniosamente, constituíram um conjunto sob a regência de sua função maior - a sede do governo estadual. Cada uma das subfunções atribuídas à cidade contaria com um núcleo central, e suas atividades constituíram a vida da cidade (TRINDADE et al., 1997, p.56).

Com uma concepção de cidade baseada em divisão de zonas especializadas, além dos locais de residências foi prevista a implantação de vários centros funcionais setorizados: Militar (onde hoje se localizam a base aérea do Bacacheri e outras instalações militares), Esportivo (Tarumã), de Abastecimento (Mercado Municipal), de Educação (Centro Politécnico da UFPR), Industrial (Rebouças), Administrativo (atual Centro Cívico) e alguns centros de lazer (parque da cidade, São Lourenço e outros junto ao Rio Barigui). Ainda hoje, alguns desses espaços desempenham suas funções na cidade.

Em 1953, ainda em decorrência do Plano Agache, é aprovada a primeira Lei de Zoneamento de Curitiba, Lei Municipal nº 699, tendo como objetivo estabelecer o zoneamento da cidade, citado no Código de Posturas e Obras, dividindo a cidade em zonas. Com esta reestruturação, surgiu o Departamento Municipal de Planejamento e Urbanismo, cuja finalidade consistia em exercer o controle urbanístico da cidade, além de rever o Plano Agache, implantando suas diretrizes mais viáveis e ampliando-as, quando necessário.

O Plano Agache foi importante à Curitiba pois trouxe a possibilidade de início da discussão sobre a cidade, fato esse imprescindível para a criação de um grupo de discussões formado por profissionais dispostos e preocupados com o desenvolvimento do município.

O primeiro grande marco dessa época de mudanças foi a criação do Teatro Paiol – antigo depósito de pólvora, dando início a um desenvolvimento cultural até

então pouco familiar à cidade. Definiu-se, também no ano de 1971, o Setor Histórico, passo fundamental para a preservação do patrimônio edificado.

Em maio de 1972, a Prefeitura Municipal de Curitiba transformou a Rua XV de Novembro – a mais central e movimentada da época – no primeiro calçadão do país, ou seja, uma rua exclusiva para pedestres. Para viabilizar as transformações culturais e artísticas, além de promover a defesa do patrimônio histórico e artístico, foi criada, em janeiro de 1973, a Fundação Cultural de Curitiba.

E nesta década, são criados os parques e bosques como: Barreirinha, Barigüi, São Lourenço, Parque do Iguaçu e Bosque João Paulo II, correspondendo a uma área de 10 milhões de metros quadrados de área verde

Na década de 1980, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, a capital possuía 1.024.975 habitantes e renovou sua estrutura construindo novos espaços e revitalizando outros. São desta época, o Museu de Arte Sacra, a Casa da Memória, os cinemas Groff, Ritz e Luz, a Casa Culpi, o Bosque do Capão da Imbuia com o Museu de História Natural, o Bosque Gutierrez, o Parque General Iberê de Mattos e o Bosque Reinhard Maack.

Em 1989, foi criado o programa de coleta de lixo reciclável – “Lixo que não é Lixo”, estimulando a população a separar o lixo orgânico do reciclável. Nesta década, as questões ambientais passam a ter maior importância no cotidiano dos curitibanos. O planejamento urbano também foi direcionado para as questões ambientais.

Curitiba, nos anos de 1990, recebeu uma série de intervenções urbanísticas advindas do setor público que contribuíram para a imagem positiva do turismo na cidade. Após este período as intervenções vieram do setor privado concentrando em novos espaços para eventos, ampliação da rede hoteleira e novos *shoppings* que refletiram em melhorias e mais serviços aos turistas.

É possível perceber a forma como a cidade de Curitiba se desenvolveu ao longo dos anos por seu planejamento urbano e a imagem da cidade foi fortalecida sempre enfatizando questões sociais e ambientais. Com isto a cidade adquiriu vários *slogans* como: capital ecológica, cidade modelo, cidade com qualidade de vida, cidade de primeiro mundo e ainda, capital social. Estes *slogans* marcaram de forma significativa a cidade, que sempre utilizou esses slogans como marketing e fortalecimento da imagem de Curitiba.

De qualquer forma, cabe ressaltar que o uso dessa imagem e destes slogans como forma de marketing para o turismo na cidade sempre foi muito efetivo, mas não

podemos afirmar que a realidade cotidiana seja a mesma. Ou seja, a visão da cidade para os turistas pode ser muito diferente daquela que os moradores possuem. Os visitantes de uma cidade podem ter uma leitura muito tênue daquilo que em determinado espaço urbano pode significar em termos de prazer cotidiano para os moradores fixos. De acordo com Lynch (1997, p.7):

as imagens são resultado de um processo bilateral entre o observador e seu ambiente. Este último sugere especificidades e relações, e o observador seleciona - com grande capacidade de adaptação e à luz de seus próprios objetivos - organiza e confere significado àquilo que vê.

Assim, a imagem de um determinado lugar pode variar dependendo de cada observador, de sua vivência e experiência. No caso dos turistas, como sujeitos nos espaços urbanos, estão o tempo todo transitando, realizando suas observações, aprendendo as coisas e construindo seus signos e formando imagens que vão refletir os espaços vividos.

2.1 O TURISMO E A CIDADE DE CURITIBA

Como visto anteriormente, o histórico de Curitiba traz muito sobre o desenvolvimento da atividade turística, que pode ser considerada como geradora de benefícios para a cidade, trazendo prospecção da sua imagem para os turistas. O órgão responsável pelo turismo – Instituto Municipal de Turismo de Curitiba, afirma em seus relatórios de atividades que a atividade turística na cidade é uma consequência de construções feitas por iniciativa do poder público para o bem-estar da população.

Através da imagem que se criou da cidade, o turista vem em busca de conhecimento referente aos programas desenvolvidos na área ambiental, planejamento urbano, qualidade de vida e transporte coletivo. Além disso, a cidade possui uma infraestrutura para receber eventos de todos os portes, o que fomenta consideravelmente o aumento do número de visitantes.

O principal motivo das viagens para Curitiba continua sendo negócios e eventos, fato comprovado também pela pesquisa de demanda dos turistas estrangeiros do Ministério do Turismo - 2018 que a consolida como o terceiro destino brasileiro, na sequência de São Paulo e Rio de Janeiro.

Atualmente a cidade possui 33 parques e bosques, que equivalem a quase 5% da área total da cidade. Vale ressaltar que a maioria dos parques funcionam como área de lazer para a população ao mesmo tempo que são atrativos da cidade como serão descritos nos próximos parágrafos. O uso cotidiano dos diversos parques públicos para práticas de esportes e lazer comunitário evidencia a sua funcionalidade, valoriza a relação sujeito-natureza e a vivência da cultura local, gerando um estilo de vida singular no meio urbano. De maneira geral, a atratividade dos parques urbanos de Curitiba está associada aos aspectos práticos e funcionais do meio ambiente, a beleza cênica, história e cultura local (PEDRON, 2013).

O Passeio Público foi o primeiro parque da cidade, criado em 1886 para oferecer um espaço de lazer para as famílias curitibanas, e ao mesmo tempo incrementa a paisagem do cenário urbano e estimula a integração com o meio ambiente (RIBEIRO; SILVEIRA, 2006).

O Parque Barigui (figura 4) é o parque mais frequentado pelos curitibanos e conta com pistas de caminhada e corrida, ciclovia, trilhas e churrasqueiras na mata e um amplo centro de convenções. O Parque Tanguá (figura 5) ocupa um antigo conjunto de pedreiras desativadas e oferece uma bela paisagem, com cascata, dois lagos e um túnel artificial para circulação por suas passarelas (INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO, 2019).

FIGURA 4 - PARQUE BARIGUI



Foto: Valéria Rolim/CTUR.

FIGURA 5 - PARQUE TANGUÁ



Foto: Ricardo Marajó/FAZ.

O Jardim Botânico (figura 6) é um espaço de gestão municipal e privada, voltado para preservação ambiental, com uma estrutura de lazer para a população, que se constitui também em um atrativo turístico urbano, visitado por turistas de

diferentes origens e nacionalidades. O símbolo do Jardim Botânico são os seus jardins geométricos e a estufa de vidro de estrutura metálica e estilo *art-nouveau*, onde o turista pode conhecer espécies de plantas da vegetação brasileira. Ainda é possível visitar o Museu Botânico, com exposição permanente de exemplares da flora e fauna característica da região (RIBEIRO; SILVEIRA, 2006).

FIGURA 6 - JARDIM BOTÂNICO

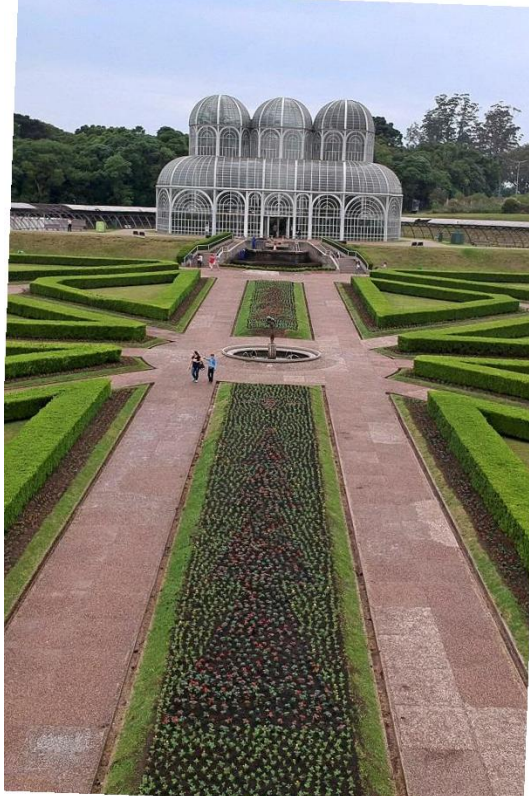


Foto: Luiz Costa/SMCS.

Outra peculiaridade dos parques urbanos de Curitiba é a valorização dos diversos grupos étnicos que compõe a sua população multicultural, sendo homenageados em parques, bosques, portais e praças, como, por exemplo, o Bosque Alemão, o Bosque Polonês, a Praça do Japão, e o Memorial Ucraniano (MOURA, 2007). Esta é uma característica marcante de Curitiba, pela interação entre arquitetura e meio ambiente, resultado da contribuição coletiva de diversas etnias que formaram o seu povo (BAHL, 2004). “A paisagem de uma localidade é o testemunho do passado, reflete ao visitante as realidades da cidade, seu modo de vida, suas tradições, enfim sua cultura” (FERNANDES; GÂNDARA e SOUZA, 2011, p.45).

Na diversidade arquitetônica, se mesclam edificações históricas, presentes em espaços como o Largo da Ordem e seus arredores no centro histórico, com a Catedral e o Paço da Liberdade. A Ópera de Arame, um teatro construído com tubulações metálicas em uma pedreira desativada. E o Museu Oscar Niemeyer, um exemplo de arquitetura, criada por este renomado arquiteto brasileiro, que se transformou em um novo ícone urbano, trazendo renovação para os marcos de internacionalização da cidade (RECHIA, 2007; FERNANDES et al., 2011).

FIGURA 7 - CENTRO HISTÓRICO



Foto: Daniel Castellano/SMCS

FIGURA 8 - MUSEU OSCAR NIEMEYER



Foto: Cesar Brustolin/SMCS

Na última pesquisa de demanda turística publicada pelo Instituto Municipal de Turismo referente a 2018, os dados mostram algumas questões pertinentes para o desenvolvimento das análises desta tese, e por isso, são apresentados aqui. Na figura 9 podemos observar o infográfico resumo desta pesquisa do Instituto. Os dados mostram que, naquele ano, Curitiba recebeu 5,5 milhões de turistas, representando um crescimento de 49% em relação a 2012, ano em que tinha sido realizada a última Pesquisa de Demanda Turística. E quanto ao perfil dos turistas que visitaram a cidade naquele ano, podemos observar o resumo da pesquisa apresentado no quando abaixo:

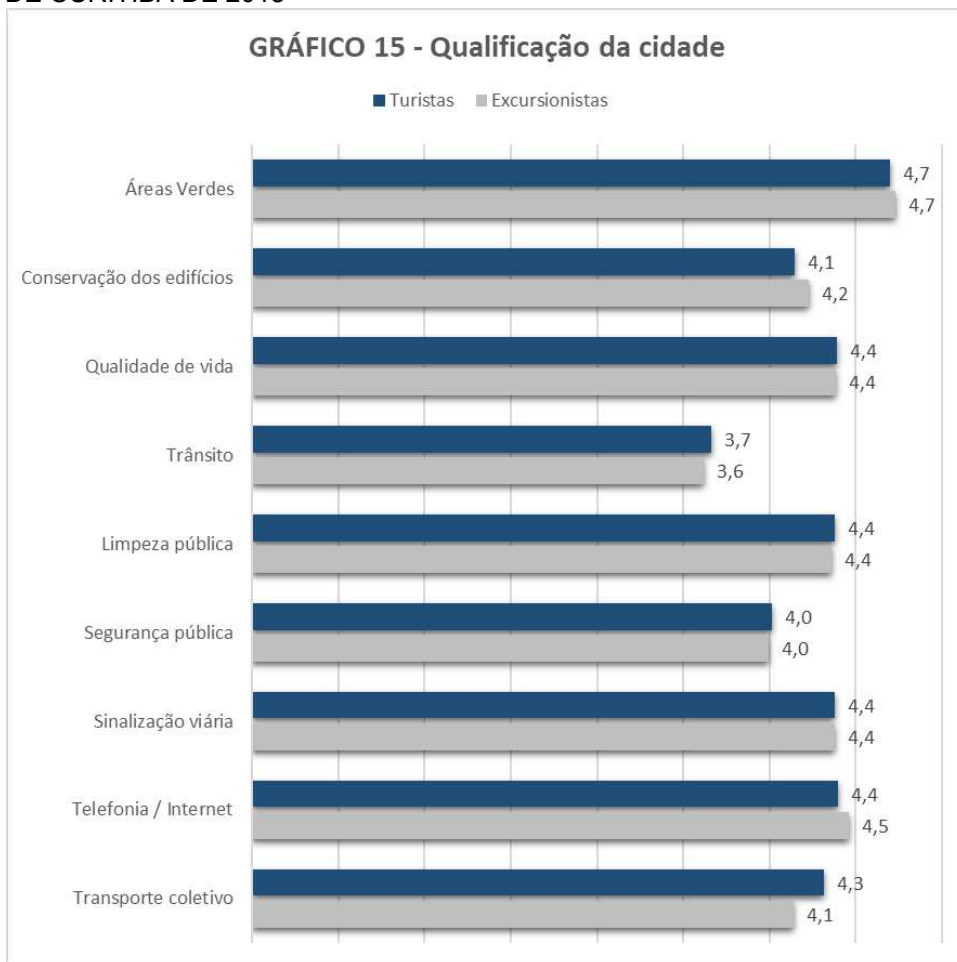
FIGURA 9 – INFOGRÁFICO DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DE CURITIBA - 2018



Fonte: INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO (2019).

Além do perfil e comportamento dos visitantes em Curitiba, a pesquisa analisou a avaliação dos turistas em relação ao destino turístico. Nessa proposta foram avaliados nove itens a respeito da cidade (Figura 10): Áreas Verdes, Conservação dos edifícios, Qualidade de vida, Trânsito, Limpeza pública, Segurança pública, Sinalização viária, Telefonia / Internet e Transporte coletivo. Essa avaliação utilizou uma escala de notas de 1 a 5, sendo 5 a melhor nota, e apresentou melhor avaliação para as “Áreas Verdes”, e o Trânsito recebeu a pior avaliação com médias inferiores a 4.

FIGURA 10 - QUALIFICAÇÃO DA CIDADE - PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DE CURITIBA DE 2018

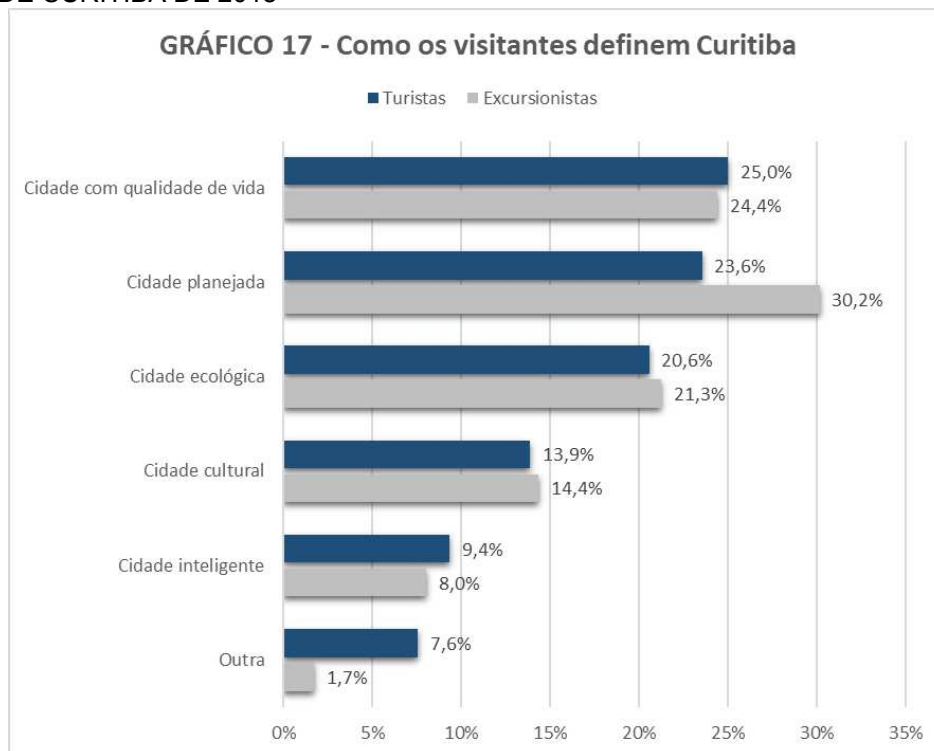


FONTE: INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO (2019).

Porém, podemos analisar que a diferença para os outros quesitos sugeridos para avaliação ficou muito próxima na avaliação dos turistas e dos visitantes. Achemos importante explicar aqui que a pesquisa de demanda considera como visitante aquele que não realiza pernoite na cidade.

Os turistas entrevistados também foram questionados a respeito de como definem a cidade de Curitiba na figura 11, a maioria dos turistas a definiu como “Cidade com Qualidade de Vida” (25%) e “Cidade Planejada” (23,6%).

FIGURA 11 - COMO OS VISITANTES DEFINEM CURITIBA – PESQUISA DEMANDA DE CURITIBA DE 2018



FONTE: INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO (2019).

Outro item da pesquisa (tabela 3) foi a indicação de até três atrativos que mais marcaram a visita a Curitiba. Das respostas recebidas, que totalizou 6.331, foi possível mostrar quais são os 15 atrativos mais citados e a porcentagem em relação ao total. Aparecem desde atrativos turísticos propriamente ditos (em negrito no quadro) até itens como áreas verdes, clima e opções de compras e alimentação. Destaque para o Jardim Botânico, item mais lembrado, representando 19,6% do total.

QUADRO 3 – ATRATIVOS MAIS MARCANTES PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DE CURITIBA DE 2018

Posição	Atrativo	%
1	Jardim Botânico	19,6%
2	Áreas Verdes / Parques em geral	9,6%
3	Ópera de Arame	9,5%
4	Parque Tanguá	4,8%
5	Museu Oscar Niemeyer	4,7%
6	Shoppings/Compras/Comércio	4,0%
7	Restaurantes / Gastronomia	3,6%
8	Parque Barigui	3,4%
9	Clima	2,0%
10	Centro Histórico / Largo da Ordem	1,8%

FONTE: INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO (2019).

Uma pergunta feita aos entrevistados, solicitando que dissessem uma palavra que pudesse resumir a experiência vivenciada na cidade de Curitiba, teve o intuito de formar uma nuvem de palavras, como segue na figura 12:

FIGURA 12 - NUVEM DE PALAVRAS - PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DE CURITIBA DE 2018



FONTE: INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO (2019).

Essa nuvem pode ajudar a caracterizar e a ilustrar um pouco da imagem das pessoas em relação ao destino que visitaram. E consideramos importante compartilhar neste trabalho, por ser uma forma de expressão e de representação dos turistas.

Para a realização da pesquisa de campo, foram entrevistados turistas que conheceram a cidade utilizando bicicletas, ônibus ou a pé. Por isso, nos capítulos que seguem, serão descritos esses trajetos e roteiros, continuando assim a mostrar como acontece a atividade turística na cidade. Mas, antes disso, apresentaremos a metodologia do trabalho e o perfil dos turistas que participaram desse processo.

3 CAMINHOS METODOLÓGICOS: OS MAPAS MENTAIS

Magalhães (2005), em sua obra, destaca que: a metodologia de pesquisa não é uma norma, receita ou fórmula que, ao ser seguido de maneira criteriosa e sem mudanças, fornece um resultado certo, pois, segundo ele, adaptações são necessárias para que cada trabalho obtenha resultados satisfatórios, dentro do que foi discutido nos objetivos da pesquisa.

Desse modo, a metodologia de pesquisa deve ser analisada como uma forma de pensar que, como outros conhecimentos, ajuda resolver problemas e desenvolver pesquisas de conteúdo, que trarão resultados benéficos àquilo a que se propõem. A autora ainda define que “o estudo ou a ciência do caminho, se pretendendo que este seja uma trilha racional para facilitar o conhecimento, além de trazer implícita a possibilidade de, como caminho, servir para que diversas pessoas o percorram, isto é, que possa ser repetidamente seguido.”

A pesquisa bibliográfica, de acordo com Cervo e Bervian (1983, p. 55) “procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos”. Sua principal característica é buscar conhecer, bem como, analisar as contribuições científicas oriundas de pesquisas passadas sobre determinada temática, assunto ou problema.

De acordo com Manzo (1971, p. 32) a bibliografia pertinente “oferece meios para definir, resolver, não somente problemas já conhecidos, como também explorar novas áreas onde os problemas não se cristalizaram suficientemente”. Por fim, Fachin (2001, p. 125) descreve que a pesquisa bibliográfica “constitui o ato de ler, selecionar, fichar organizar e arquivar tópicos de interesse para a pesquisa em pauta”.

A elaboração do referencial teórico desta pesquisa foi fundamental para a construção da tese. Conforme apresentado anteriormente no mapa conceitual, todos os conteúdos trabalhados, desde os aspectos metodológicos, a compreensão dos conceitos até a decodificação e análise dos mapas mentais foram pressupostos essenciais para a organização da pesquisa, que possui caráter empírico- qualitativo.

Em seu contexto a pesquisa qualitativa possui diversas conotações, Maanen (1979, p. 520) destaca que esta compreende um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam a descrever e a decodificar os componentes de um sistema complexo de significados. Tem por objetivo traduzir e expressar o sentido dos

fenômenos do mundo social; trata-se de reduzir a distância entre o indicador e indicado, entre teoria e dados, entre contexto e ação.

Sendo assim, para a presente pesquisa o método qualitativo será aquele que atenderá melhor aos objetivos propostos, principalmente, por se tratar de análises de representações, ou seja, de imagens produzidas pelas pessoas que vivenciaram a experiência do turismo na cidade de Curitiba.

Como dito anteriormente, essa pesquisa possui aporte fenomenológico, com ênfase nas representações dos turistas a partir das percepções do espaço urbano turístico da cidade de Curitiba, destacando a experiência vivida. Kozel (2010, p. 2) afirma que:

O aporte fenomenológico nos permite a reflexão sobre como a consciência apreende as essências a partir dos fenômenos percebidos, não como conteúdo, mas como estrutura do conhecimento. O foco está no sentido que o sujeito apreende as coisas, assim, as imagens a princípio se formam na consciência individual e posteriormente podem ser representadas por meio de signos formando uma imagem. Considerando as formas sógnicas como advindas da percepção e representação socioespaciais, propomos como referencial Mikhail Bakhtin (1986), que permite analisar os signos (representados nos mapas mentais) como enunciados. Os mapas mentais como construções sógnicas requerem uma interpretação/decodificação, lembrando que estão inseridas em contextos sociais, espaciais e históricos coletivos referenciando particularidades e singularidades.

Com base nesta afirmação, adotamos como procedimento metodológico, a metodologia proposta por Kozel (2001) para decodificar os significados dos mapas mentais elaborados por turistas na cidade de Curitiba, em diferentes modos de transporte: a pé, de bicicleta e de ônibus. Nesta decodificação foi possível evidenciar as construções simbólicas e sógnicas de Curitiba que segundo Kozel (2007, p.125):

Todo signo integra um sistema de representações (nas suas diferentes linguagens), porém não é desse sistema que se assimilam os significados, mas do uso dos signos em situações reais, vividas nas relações. Quando os signos são retirados do contexto da comunicação no real vivido, transformam-se apenas em sinais, cujos valores e significados só podem ser entendidos dentro do sistema que o integra, o sinal é identificado, enquanto o signo é decodificado.

Os Mapas Mentais são uma forma de representação da linguagem e a linguagem em si e podem ser elaborados com objetivos variados, com intuito de desvendar trajetos, lugares, conceitos e ideias (Kozel, 2005, p.145). Para analisar os

mapas mentais, é preciso não pensar neles como meros desenhos sem sentido, e focar na intenção do que se quis representar (KOZEL, 2007). Conforme Seeman:

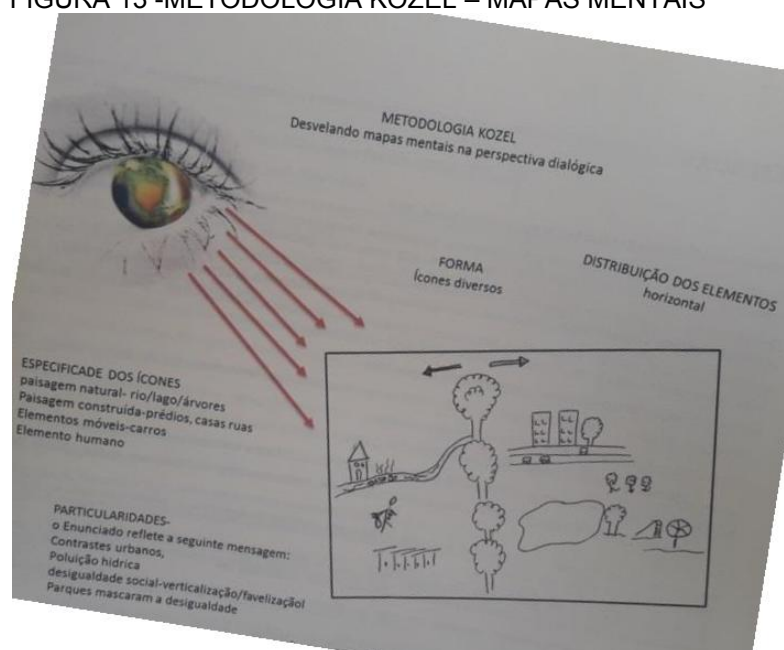
Cabe dizer que o mapa (no seu sentido mais amplo possível) exerce a função de tornar visíveis pensamentos, atitudes, sentimentos tanto sobre a realidade (percebida) quanto sobre o mundo da imaginação. Esses mapas não são representações cartográficas sujeitas às regras cartográficas de projeção, escala ou precisão, mas representações espaciais oriundas da mente humana, que precisam ser lidas como mapeamentos (= processos) e não como produtos estáticos (SEEMAN, 2003, p. 03).

Essas representações entendidas como imagens são tipos de linguagens, pois transmite e expressa algo de alguém para alguém (KOZEL, 2010). Tuan (1980) afirma que os mapas mentais são produtos da imagem percebida. O espaço percebido pela imaginação difere do vivido (do real) e o contrário também, no entanto, a experiência realística tempera-se de parcialidades de imaginação.

A metodologia Kozel (2018) permite a análise dos Mapas Mentais produzidos pelos entrevistados e propõe a interpretação das imagens com base em quatro diferentes aspectos como seguem abaixo e também pode ser compreendido na figura 13:

- 1- Interpretação quanto à forma de representação dos elementos na imagem (como ícones diversos, letras, mapas, linhas, figuras geométricas);
- 2- Interpretação quanto à distribuição dos elementos na imagem (as formas podem aparecer dispostas horizontalmente, de forma isolada, dispersa, em quadros em perspectiva);
- 3- Interpretação quanto à especificidade dos ícones:
 - a) Representação dos elementos da paisagem natural;
 - b) Representação dos elementos da paisagem construída;
 - c) Representação dos elementos móveis;
 - d) Representação dos elementos humanos
- 4- Apresentação de outros aspectos ou particularidades.

FIGURA 13 -METODOLOGIA KOZEL – MAPAS MENTAIS



Fonte: KOZEL (2018).¹

A partir dessa análise dos mapas, pode-se obter uma maior compreensão, sobre a lógica dos atores e sua relação com o espaço vivido e os discursos estabelecidos, por meio dos signos. A metodologia proposta tem sua base teórica na filosofia da linguagem bakhtiniana, propondo analisar os signos como algo que reflete uma construção social e cultural, referendando uma determinada visão de mundo (KOZEL, 2009). Kozel defende que:

As pessoas constroem o sentido de espaço, não somente pela atividade consciente do pensamento teórico, mas, sobretudo pelo conhecimento intuitivo do espaço que passa a ser expresso. Ao criar formas de mundo, estabelece sentidos que expressam o cultural e o social, produtos de seu entendimento sobre o espaço vivido, percebido, sentido, amado ou rejeitado (KOZEL, 2013, p. 64).

A aplicação dos mapas mentais para a análise das representações do espaço urbano turístico de Curitiba a partir da percepção dos turistas que visitaram a cidade a pé, de ônibus e de bicicleta, foi feita em diferentes períodos e locais da cidade. Torres afirma que:

Os mapas mentais, ao contemplarem a realidade percebida e a imaginação, apresentam-se como representações da vida, que se

¹ KOZEL, S. Mapas Mentais: Dialogismo e Representações, p.63. 2018

complementam às memórias narradas nas entrevistas. Entendendo que as histórias de vida de cada entrevistado são pessoais e únicas, nelas há representações sobre diferentes lugares, que remetem a distintas paisagens da memória (TORRES, 2014, p.102).

De acordo com Kozel (2010, p. 2), “os mapas mentais como construções sógnicas requerem uma interpretação/decodificação, lembrando que estão inseridos em contextos sociais, espaciais e históricos coletivos, referenciando particularidades e singularidades”.

Para esta autora é por meio das linguagens, que o sujeito “se expressa, expõe seu mundo vivido. E, sem dúvida, os mapas mentais são de suma importância para o campo das representações e para a construção de significados espaciais” KOZEL (2009, p.127). Para demonstrar a complexidade deste tema, Kozel (2010, p.9) afirma que “trabalhar com as subjetividades e na interface do conhecimento representa um grande desafio, sobretudo por correr o risco de que a nossa pesquisa seja desqualificada por incoerência ou por falta de cientificidade.”

Lynch ([1960] 2011) foi pioneiro na utilização de mapas mentais como instrumento de investigação da percepção humana sobre o espaço vivido, e tornou-se ao longo do tempo uma referência mundial para os atuais pesquisadores. Após pesquisar diferentes metodologias de análises e interpretação de mapas mentais, Kashiwagi (2011, p.188) afirma que:

Diante de todas as metodologias apresentadas, a metodologia Kozel se mostra a mais complexa, pois vai além da classificação dos mapas mentais ao alcançar a interpretação dos mesmos com os aportes das teorias sógnicas e linguísticas.

A autora afirma ainda que a metodologia Kozel tem sido desde o ano de 2007 uma grande referência para os pesquisadores brasileiros, tendo suas perspectivas metodológicas interdisciplinares que consolidam os mapas mentais como um eficiente instrumento científico, uma metodologia atual e que apresenta novas possibilidades de investigação e pesquisa.

De acordo com o referencial apresentado optamos por desenvolver a metodologia Kozel, como procedimento metodológico para esta pesquisa.

Iniciamos a pesquisa empírica solicitando aos turistas para responder algumas questões com o intuito de caracterizar o universo de análise e traçar o perfil do público pesquisado. Em seguida solicitamos que representassem em forma de desenho

(mapa mental) como percebem Curitiba e sugerissem um título para essa representação.

A pesquisa aconteceu em três etapas: com os turistas a pé, acompanhando um grupo de caminhada do *Free Walking* Curitiba. Com os turistas de ônibus foi feita a abordagem em frente ao ponto de parada da Linha Turismo no Jardim Botânico e, os turistas de bicicleta foi feita abordagem na empresa Kuritbike e na Bicletaria Cultural com turistas que locaram bicicletas para conhecer a cidade.

Para a análise dos mapas mentais foi elaborado um quadro, decodificando os mapas quanto a forma, quanto à sua distribuição, quanto as especificidades dos ícones, incluindo um elemento específico do espaço urbano turísticos da cidade.

Caracterizando os elementos específicos do espaço urbano turístico, consideramos os seguintes elementos para análise:

QUADRO 4 – ELEMENTOS PARA ANÁLISE DO ESPAÇO URBANO TURÍSTICO
DISTRIBUIÇÃO DOS ELEMENTOS DO ESPAÇO URBANO TURÍSTICO (ANÁLISE QUANTO A FORMA)
ÍCONES - ELEMENTOS DA PAISAGEM NATURAL IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES
ÍCONES - ELEMENTOS DA PAISAGEM CONSTRUÍDA IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES
ÍCONES - ELEMENTOS HUMANOS IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES
ÍCONES - ELEMENTOS MÓVEIS IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES
ÍCONES- ELEMENTOS ESPECÍFICOS DO ESPAÇO URBANO TURÍSTICO DA CIDADE IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES
PARTICULARIDADES

Fonte: A autora.

Como particularidade, foram relacionados os títulos sugeridos pelos turistas aos seus mapas. Pois, estes refletem a forma simbólica de sua vivência e percepção. Para Kozel (2001, pg. 206) “o mapa é o reflexo de discursos criados e incorporados ideologicamente pelos homens”.

A seguir apresentamos dados do perfil dos entrevistados de forma geral e depois descrevemos por modal de transporte, como aconteceu a pesquisa de campo, o perfil de cada grupo e os mapas elaborados pelos turistas de bicicleta, de ônibus e a pé, nesta ordem respectivamente.

Ao final de cada modal, foi desenvolvida uma representação sintetizando a percepção dos sujeitos. Uma arte que traduz e que imprime os ícones trazidos nos

mapas mentais dos turistas e que certamente ficarão na memória como parte da percepção e imaginação que trouxe para a realização desta tese.

3.1 PERFIL DOS TURISTAS PARTICIPANTES

De acordo com a pesquisa empírica, foram entrevistados 21 turistas entre os anos de 2018 e 2020, em diferentes épocas do ano. Deste total foram sete turistas em cada modal de transporte já citados anteriormente. Foi aplicado um questionário (Apêndice 1), solicitando aos turistas os seguintes dados: nome, sexo, idade, profissão, local de residência, tempo de permanência na cidade, Motivo da viagem e o meio de transporte utilizado no cotidiano. Os gráficos destes dados estão apresentados como (Apêndice 3).

De modo geral, tivemos uma participação de 86% de pessoas do sexo feminino e 14% do sexo masculino respondendo a pesquisa. Em relação a idade temos uma maioria da faixa etária de 30 a 39 anos com 72% dos entrevistados. E o restante se divide entre 18 a 29 anos e 40 a 50 anos.

Em relação ao tempo de permanência dos turistas na cidade tivemos 43% dos entrevistados com uma média de 4 a 7 dias, 29% com uma média de 8 a 15 dias e 28% que permaneceram até 3 dias na cidade.

O motivo da viagem é um dado bastante relevante, e nos mostra que 86% dos participantes estavam em Curitiba por Lazer/Passeio, e outros 14% por Eventos ou Negócios.

E quando perguntados sobre qual o meio de transporte que utiliza cotidianamente, temos a informação de 72% utilizam carro, 14% a pé e 14% bicicleta. E esse dado também nos mostra alguma relevância para a análise dos dados e informações a partir dos mapas mentais.

O perfil dos turistas identificados a partir de cada modal de transporte será apresentado posteriormente no capítulo onde abordamos as percepções dos mesmos, evidenciando as especificações de cada grupo.

3.2 AS PERCEPÇÕES SOBRE O DESTINO VISITADO DE BICICLETA



Conforme dados da Prefeitura Municipal, a cidade de Curitiba possui atualmente 208 quilômetros em sua estrutura cicloviária, e os órgãos de planejamento urbano da cidade trabalham com alguns projetos para ampliar esse número. As primeiras ciclovias foram planejadas para interligar os parques de Curitiba, porém, a ampliação vem acontecendo com foco na ciclomobilidade. Onde o objetivo é integrar a bicicleta como um modo de transporte público urbano e aos demais modais.

A malha cicloviária da cidade possui diversas de estruturas, entre ciclovias, ciclofaixas, ciclofaixas sobre a calçada, vias compartilhadas, ciclorrotas e passeios compartilhados. Essa classificação foi definida no planejamento específico da cidade e está fundamentada conforme os parâmetros estabelecidos no Código de Trânsito Brasileiro (Lei Federal 9.503/97) e devidamente adaptadas às tipologias existentes no âmbito local.

As ciclofaixas são faixas de tráfego de bicicleta, implantadas no mesmo sentido da via, separadas da faixa de rolamento dos automóveis por pintura asfáltica e/ou tachões refletivos. E as ciclofaixas sobre as calçadas são faixas preferenciais de tráfego de bicicleta, implantadas no mesmo nível das calçadas, balizadas com sinalização horizontal localizada ao lado da faixa de passeio destinada aos pedestres

As vias compartilhadas são faixas preferenciais para bicicletas, definidas por sinalização horizontal tracejada, localizada na borda direita das vias lentas do eixo estrutural, no mesmo sentido da via.

As ciclorrotas são percursos recomendados em vias de menor fluxo, indicados na via pública por sinalização horizontal, por onde os ciclistas dividem o espaço da via com os automóveis. E os passeios compartilhados são estruturas cicloviárias implantadas nas calçadas (passeio) junto ao espaço destinado aos pedestres.

Com essa estrutura, além dos moradores poderem usufruir, também começaram a surgir outras possibilidades para que os turistas pudessem conhecer Curitiba utilizando a bicicleta, e também podemos analisar como um diferencial, uma forma inovadora e sustentável de promover os bons hábitos na cidade.

Dentre as práticas de atividades de lazer e recreativas nos espaços urbano-turísticos das cidades, o uso da bicicleta pode ser muito atrativo, pois remete a uma nova ideia do lazer e de apropriação do espaço geográfico através dos estímulos visuais moldados pelos nossos sentidos.

Vieira (2003) afirma que “o cicloturista carrega consigo um carisma natural, reflete de forma saudável o desejo de liberdade e aventura que está incutido em todo ser humano. Durante os passeios algumas pessoas impressionam-se, outras identificam-se com o que está fazendo, e tentam de alguma forma se aproximar.”

O cicloturismo propicia às pessoas esse conhecimento imaginário de forma diferenciada, porque o uso da bicicleta traz consigo outras características muito peculiares. Segundo a Secretaria Nacional de Transporte e Mobilidade Urbana do Ministério das Cidades (2012), a bicicleta promove a liberdade; carrega sua bagagem; não polui; não congestiona a cidade; não precisa pagar combustível; colabora com a sua saúde e a do planeta; deixa próximo à natureza e é silenciosa.

O Cicloturismo compreende o deslocamento de bicicleta com propósito de lazer, no qual a ação de pedalar faz parte integral da experiência turística, seja como meio de transporte para o destino, ou pela sua utilização no destino para realização de roteiros turísticos locais. Destinos segmentados para o cicloturismo precisam comunicar ao público-alvo as informações a respeito de sua oferta de produtos.

É um tipo de turismo que gera muitos benefícios, como: receita similar comparada a outros turistas; captação de demanda especializada; uso de prestadores de serviços do lugar em favor da economia local; impacto ambiental reduzido pelo tipo de transporte utilizado e redução do tráfego; uso ou redefinição da estrutura de ciclovias; melhora da imagem e atratividade do destino; e aumento de atividades e opções de lazer para os próprios residentes, que compartilham deste estilo de vida (MRNJAVAC; KOVACIC; TOPOLSEK, 2014).

O sistema de aluguel de bicicletas na cidade de Curitiba, foi implantado em 2010, na época pela empresa KuritBike que foi a primeira empresa de cicloturismo urbano do Brasil e proporcionava o deslocamento das pessoas de bicicleta com o objetivo de lazer, onde pedalar faz parte da experiência vivenciada. A empresa possui

uma frota com mais de 70 bicicletas e já atendeu mais de 20 mil turistas de 60 países diferentes desde o início de suas atividades. Além do aluguel de bicicletas a empresa trabalhou por alguns anos com roteiros planejados e guiados.

Outro espaço importante para esta pesquisa foi a Bicletaria Cultural, que está localizada no centro de Curitiba, e desde 2011 é um empreendimento de apoio ao ciclista urbano em suas necessidades, serviços e informações. É muito conhecida por promover a mobilidade de bicicleta e ser um empreendimento social e inovador. A bicicletaria também possui o serviço de locações de bicicletas aos turistas e moradores da cidade.

Já no início do ano de 2019, outras empresas começaram a surgir nesse mercado de compartilhamento e locação de bicicletas por meio de aplicativos como forma de complementação do transporte público. Essa empresa trouxe 400 bicicletas espalhadas por diversos pontos da cidade, e também propiciaram aos turistas essa facilidade na mobilidade da cidade.

Além disso, vale ressaltar que a Prefeitura Municipal de Curitiba e o Instituto Municipal de Turismo produziram guias com roteiros específicos para os turistas que desejam conhecer a cidade de bicicleta, e também como uma forma de estimular uma nova experiência de vivenciar a cidade e também de praticar uma atividade física.

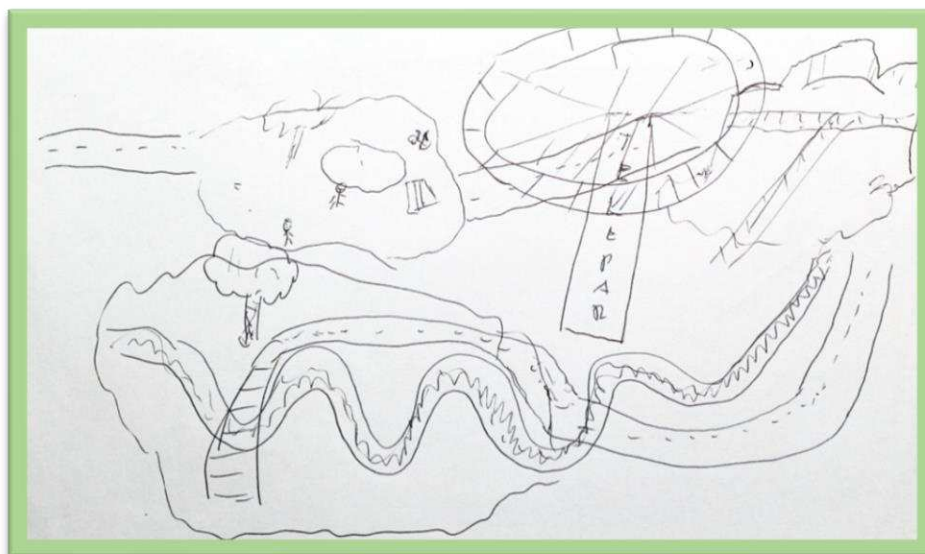
Quanto ao perfil dos turistas que conheceram a cidade de bicicleta, os dados analisados (Apêndice 3) mostraram que o público masculino foi a maioria com 86% e o público feminino com 14%. A faixa etária nos mostra que 71% dos entrevistados possuem entre 40 e 50 anos, e os outros 29% possuem de 30 a 39 anos.

O tempo de permanência na cidade nos mostra que a maioria dos turistas esteve por mais de 16 dias na cidade com 57%, outros 29% por até 3 dias e os outros 14% de 4 a 7 dias. Sendo o motivo da viagem 57% por lazer e os outros 43% por negócios e eventos. E por fim, quando perguntados sobre o meio de transporte que utilizam cotidianamente, 43% carro, 43% bicicleta e 14% utilizam o ônibus.

A seguir serão apresentados os mapas mentais destes turistas que utilizaram a bicicleta para conhecer a cidade, assim como a interpretação destes mapas com base na metodologia Kozel, explicada anteriormente.

Importante ressaltar que as figuras apresentadas aqui são imagens digitalizadas das representações elaboradas pelos entrevistados, em tamanho reduzido, mas os mapas mentais originais estão disponibilizados no Apêndice 2.

FIGURA 14 - MAPA MENTAL 01 (BICICLETA)

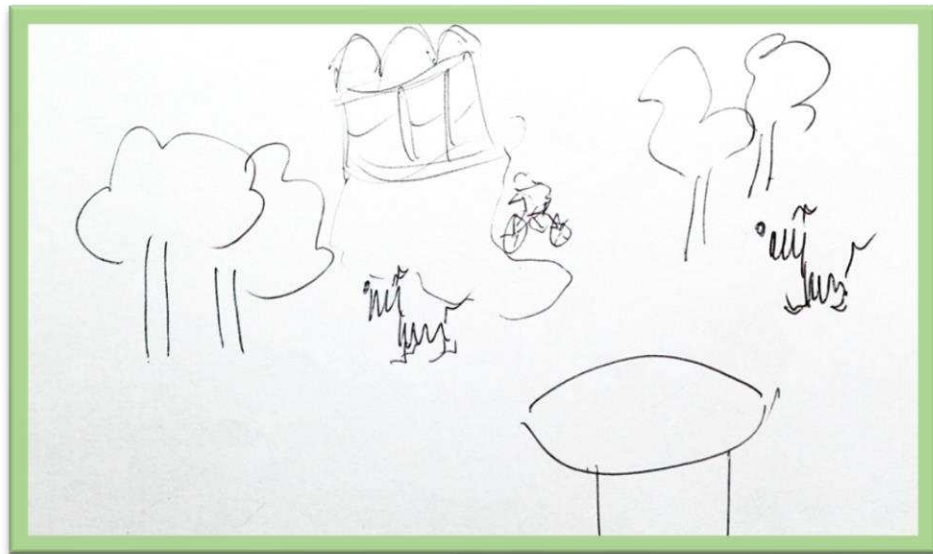


Fonte: A autora.

O mapa mental 01 apresenta ícones diversos quanto à sua forma e a distribuição de seus elementos de forma horizontal. Árvores e lagos ficam explícitos quanto aos elementos da paisagem natural. Quanto aos elementos construídos apresenta ruas, vias, ciclovia, pontes, placas, parques e torre. Também é possível identificar elementos humanos – pessoas e, elementos móveis – bicicletas.

Quanto aos elementos identificados do espaço urbano turístico podemos desvendar aqui a Torre Panorâmica e o Parque Barigui. Também observamos muitos caminhos e vias que dão a conotação de facilidade de fluxos. Aparece um ícone próximo ao lago, semelhante a um banco, o que podemos considerar como mobiliário urbano do parque. Além disso, há uma forma fluída no desenho onde podemos interpretar uma agradabilidade estética observada pelo turista. Quanto ao título do mapa utilizado nesta pesquisa como uma particularidade, o autor trouxe o nome: “Passeio Verde”.

FIGURA 15 - MAPA MENTAL 02 (BICICLETA)

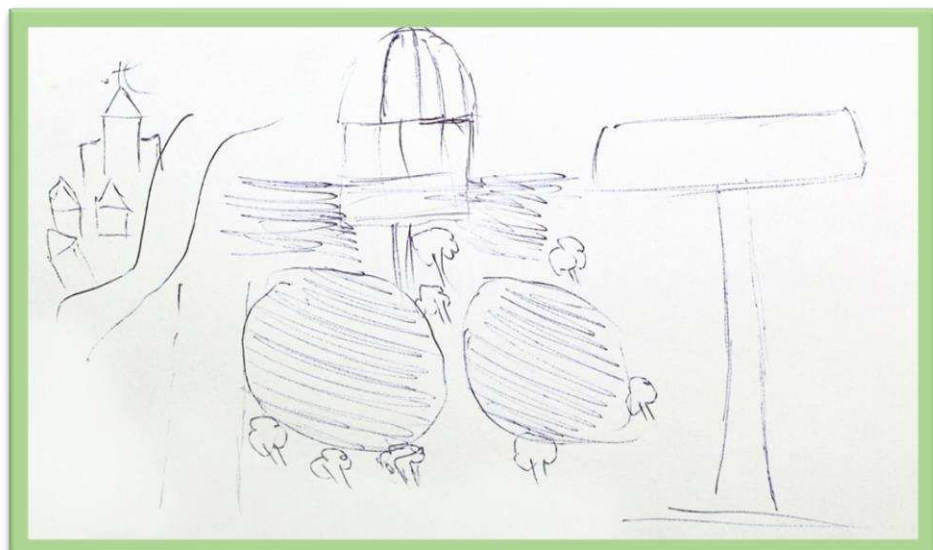


Fonte: A autora.

O mapa mental 02 apresenta ícones diversos quanto à sua forma e a distribuição de seus elementos está dispersa. Algumas árvores são apresentadas como elementos da paisagem natural. Quanto aos elementos construídos aparecem ciclovias, museu e parque. Também é possível identificar elementos humanos – pessoas e, elementos móveis – bicicletas.

Quanto aos elementos identificados do espaço urbano turístico podemos identificar os ícones correspondentes ao Museu Oscar Niemeyer e o Jardim Botânico. Quanto ao título do mapa utilizado nesta pesquisa como uma particularidade, o autor trouxe o nome: “*Harry Potter na Curitiba*”.

FIGURA 16 - MAPA MENTAL 03 (BICICLETA)

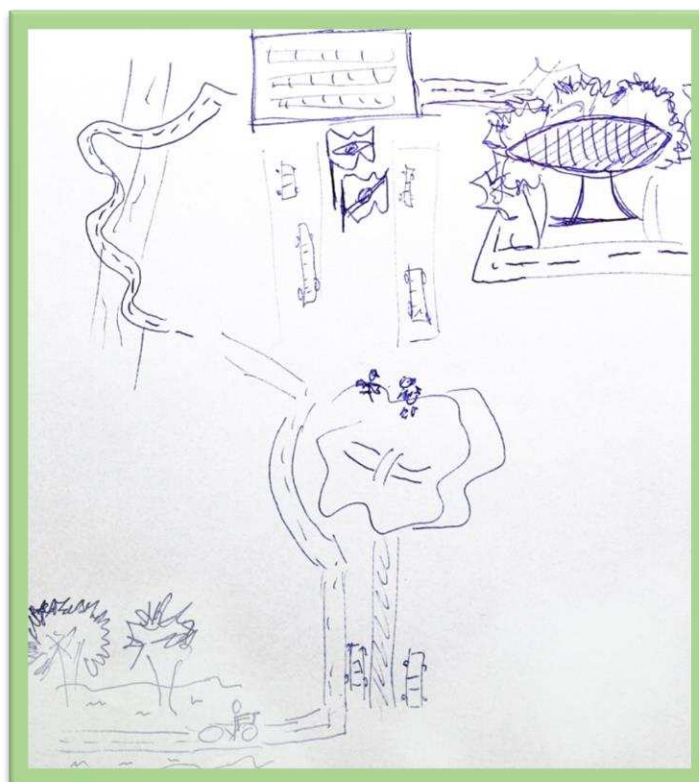


Fonte: A autora.

O mapa mental 03 traz ícones diversos quanto à sua forma e a distribuição de seus elementos está dispersa. Árvores e lagos aparecem quanto aos elementos da paisagem natural. Quanto aos elementos construídos apresenta vias, a torre, o memorial e a torre. Não aparecem elementos humanos e elementos móveis.

Quanto aos elementos identificados do espaço urbano turístico podemos perceber aqui a Torre Panorâmica e o Parque Tingui. Também observamos alguns caminhos e vias que nos trazem a ideia de facilidade de fluxos. No mapa, o que se pode perceber também é que o Parque Tingui e o Memorial estão representados de ângulos diferentes. Quanto ao título do mapa utilizado nesta pesquisa como uma particularidade, o autor trouxe o nome: “Conhecendo Curitiba em 1 dia”.

FIGURA 17 – MAPA MENTAL 04 (BICICLETA)



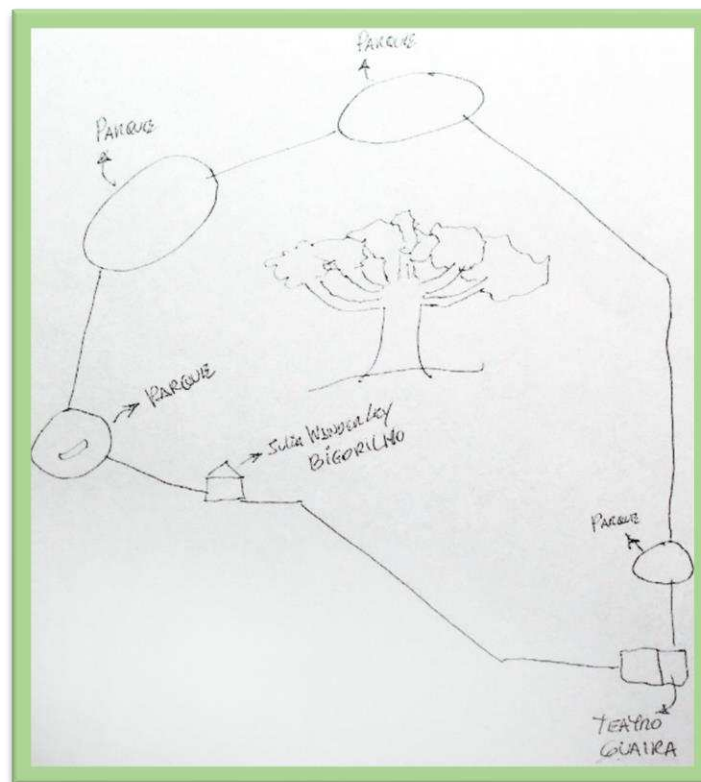
Fonte: A autora.

O mapa mental 04 apresenta ícones diversos quanto à sua forma e a distribuição de seus elementos aparece na vertical. Árvores, lagos e pássaros são demonstrados quanto aos elementos da paisagem natural. E os elementos

construídos apresentam ruas, vias, ciclovia, Museu, Palácio do Governo e bandeiras. Também é possível identificar elementos humanos – pessoas e, elementos móveis – bicicletas, carros e ônibus.

Quanto aos elementos identificados do espaço urbano turístico foram percebidos aqui o Museu Oscar Niemeyer e muitos caminhos demonstrando como o turista percebeu esse trajeto com certa facilidade nos fluxos. Também observamos um grande detalhamento do trajeto percorrido representando o museu e alguns símbolos que traz a sensação de exuberância ou encantamento. Percebe-se ainda uma forma de representar o roteiro com maior agradabilidade estética observada pelo turista, onde existe uma organização e ordenamento do espaço. Quanto ao título do mapa utilizado nesta pesquisa como uma particularidade, o autor trouxe o nome: “Ciclo tiba”.

FIGURA 18 - MAPA MENTAL 05 (BICICLETA)



Fonte: A autora.

O mapa mental 05 traz ícones diversos quanto à sua forma e a distribuição de seus elementos aparece na vertical. Apenas uma árvore aparece como elemento da

paisagem natural e essa árvore é representado pelo Pinheiro do Paraná, ou Araucária. E os elementos construídos apresentam vias, parques, casa e teatro. Não foram identificados elementos humanos ou elementos móveis.

Em relação aos elementos identificados do espaço urbano turístico não pudemos descrever aqui porque o autor coloca em seu mapa três parques, mas não os diferencia. Pela localização que ele apresenta, interpreta-se que um destes parques seria o Parque Barigui, mas existem outros três parques mencionados, que não conseguimos identificar porque pelo mapa turístico da cidade existem muitas possibilidades de atrativos no roteiro estabelecido no mapa. O Teatro Guaíra também aparece no mapa, que é um dos mais antigos teatros do Paraná e está localizado na praça Santos Andrade em frente ao Prédio Histórico da Universidade Federal do Paraná, todos considerados pontos turísticos da cidade de Curitiba. Quanto ao título do mapa utilizado nesta pesquisa como uma particularidade, o autor trouxe o nome: “Minha Curitiba de Bicicleta”.

FIGURA 19 - MAPA MENTAL 06 (BICICLETA)



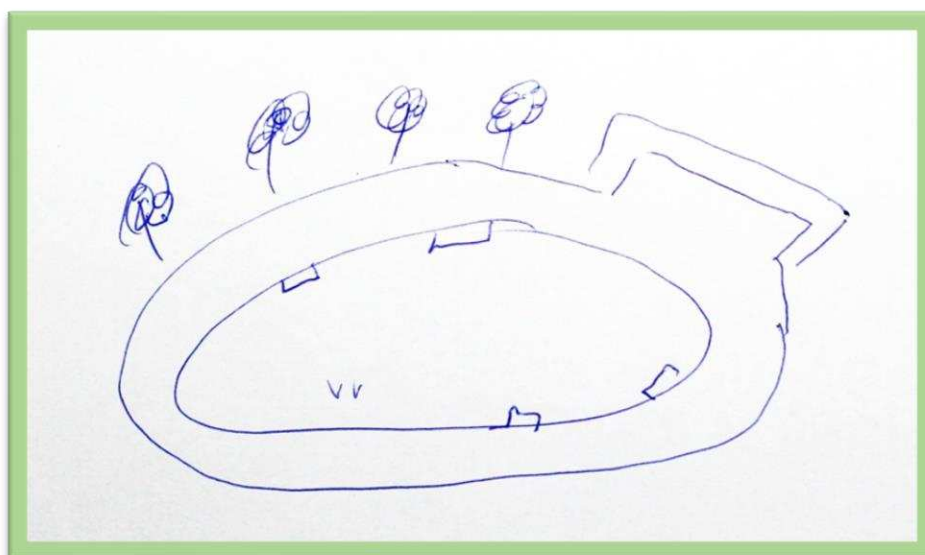
Fonte: A autora.

O mapa mental 06 apresenta ícones diversos quanto à sua forma e a distribuição dos seus elementos aparecem na disposição vertical. Algumas árvores, pássaros, plantas e flores ficam evidentes nos elementos da paisagem natural e uma dessas árvores representadas evidencia o Pinheiro do Paraná, ou Araucária. E os elementos construídos apresentam vias, parques, teatro e memorial. Não foram identificados elementos humanos, e de elementos móveis aparece um ônibus, meio de transporte público bastante característico e conhecido na cidade de Curitiba.

Em relação aos elementos identificados do espaço urbano turístico pudemos perceber o destaque para o Passeio Público, também o Memorial Árabe e o Parque São Lourenço. Pelo trajeto desenhado, ainda é possível perceber o símbolo que o Bosque do Papa, onde há o Memorial Ucrâniano representado.

No centro do mapa mental o desenho de um pavão evidencia os animais que podem ser vistos no Passeio Público, que é o mais antigo parque de Curitiba, foi o primeiro zoológico e atualmente, revitalizado conta com várias atrações e algumas espécies de animais que podem ser vistas pelos visitantes do parque que se localiza na região central da cidade. E quanto ao título do mapa, o autor trouxe o nome: “Do Passeio Público ao Parque São Lourenço: minha ciclovia verde”.

FIGURA 20 - MAPA MENTAL 07 (BICICLETA)



Fonte: A autora.

O mapa mental 07 apresenta ícones diversos quanto à sua forma e a distribuição horizontal dos seus elementos. Algumas árvores apresentadas como

elementos da paisagem natural. E, como elementos da paisagem construída, pudemos identificar uma via ou ciclovia e um portal.

Não foram identificados elementos humanos, elementos móveis e elementos específicos do espaço urbano turístico de Curitiba neste mapa. Aparecem alguns ícones como bancos ou placas, mas a ênfase maior foi explicitar o roteiro realizado. Árvores aparecem representadas como ícone emblemático. O autor não sugeriu um título a seu mapa.

A síntese destes mapas foi organizada num quadro que segue abaixo, o Quadro síntese dos mapas mentais de bicicleta.

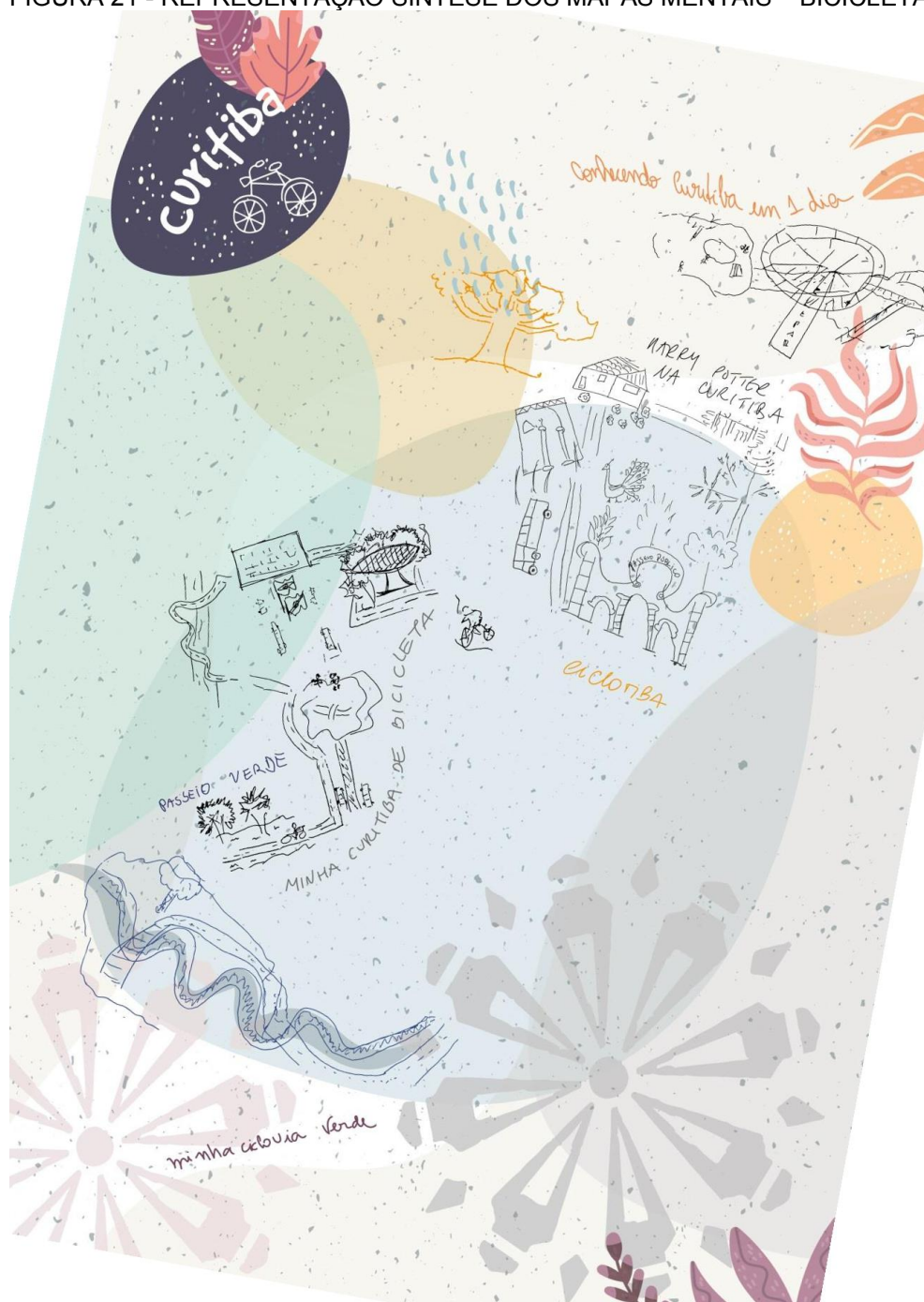
QUADRO 5 – SÍNTESE DOS MAPAS MENTAIS DOS TURISTAS DE BICICLETA

DESVENDANDO OS MAPAS MENTAIS TURISTAS DE BICICLETA METODOLOGIA KOZEL	Mapa Mental Bicicleta 01	Mapa Mental Bicicleta 02	Mapa Mental Bicicleta 03	Mapa Mental Bicicleta 04	Mapa Mental Bicicleta 05	Mapa Mental Bicicleta 06	Mapa Mental Bicicleta 07
ANÁLISE QUANTO A FORMA	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos
DISTRIBUIÇÃO DOS ELEMENTOS	Horizontal	Dispersa	Dispersa	Vertical	Vertical	Vertical	Horizontal
ÍCONES - ELEMENTOS DA PAISAGEM NATURAL IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES	Arvores Lago	Árvores	Árvores Lago	Arvores Lago Pássaros	Arvore (pinheiro)	Árvores Arvore (pinheiro) Flores Pássaros	Árvores
ÍCONES - ELEMENTOS DA PAISAGEM CONSTRUÍDA IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES	Ruas/Vias Ciclovias, Pontes Placas, Parque Torre	Ciclovias Museu Parque	Vias Torre Parque Memorial	Vias Ciclovias Museu Palácio do Governo Bandeiras	Vias Parques Teatro Casa	Vias Parque Teatro Memorial	Via Portal
ÍCONES - ELEMENTOS HUMANOS IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES	Pessoas	Pessoas	-	Pessoas	-	-	-
ÍCONES - ELEMENTOS MÓVEIS IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES	Bicicletas	Bicicletas	-	Bicicletas Carros Ônibus	-	Ônibus	-
ÍCONES- ELEMENTOS DO ESPAÇO URBANO TURÍSTICO DA CIDADE IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES - atrativos, facilidade fluxos, estética, paisagem construída, caminhos, serviços urbanos, equipamentos de apoio, mobiliário urbano	Torre Panorâmica Parque Barigui Caminhos/Fluxos Bancos	Museu Oscar Niemeyer Jardim Botânico	Parque Tingui Torre Panorâmica Caminhos	Museu Oscar Niemeyer Caminhos/Fluxos	Parques Teatro Guaíra Caminhos/Fluxos	Passeio Público Memorial Árabe Memorial Polonês	-
PARTICULARIDADES – título do mapa mental	Passeio Verde	Harry Potter na Curitiba	Conhecendo Curitiba em 1 dia	Ciclotiba	Minha Curitiba de Bicicleta	Do Passeio Público ao Parque São Lourenço: Minha ciclovias verde	

Fonte: A autora.

Após a análise dos mapas, os ícones apresentados compuseram uma representação idealizada para a construção da tese, que aos poucos foi sendo “alimentada” até sua fase final. E como todo processo se dá em etapas, essa representação artística será apresentada em etapas (Figura 21):

FIGURA 21 - REPRESENTAÇÃO SÍNTESE DOS MAPAS MENTAIS– BICICLETA



Fonte: A autora.

3.3. AS PERCEPÇÕES DO DESTINO VISITADO DE ÔNIBUS



Para realizar a pesquisa com os turistas que conheceram a cidade optando pelo ônibus como modal de transporte, entrevistamos aqueles que fizeram o circuito ofertado pela Linha Turismo da cidade. Esta Linha surgiu em 1990, com o intuito de motivar o fluxo turístico, utilizando um ônibus de transporte coletivo denominada Pró-Parque, e percorria parques e a região central da cidade, facilitando o acesso aos atrativos e equipamentos de lazer existentes na cidade tanto para a comunidade como para os turistas.

Esta linha especial de transporte existe até os dias de hoje (figura 22) com o nome de Linha Turismo que percorre 44 quilômetros da cidade passando por 25 atrativos turísticos da cidade e até o início do ano de 2019 era permitido aos turistas cinco paradas diferentes por meio de um sistema de *tickets*. Esse sistema foi modificado e atualmente o embarque é feito com um cartão de transporte que tem validade de 24 horas, permitindo reembarques livres aos visitantes.

FIGURA 22 - ÔNIBUS DA LINHA TURISMO



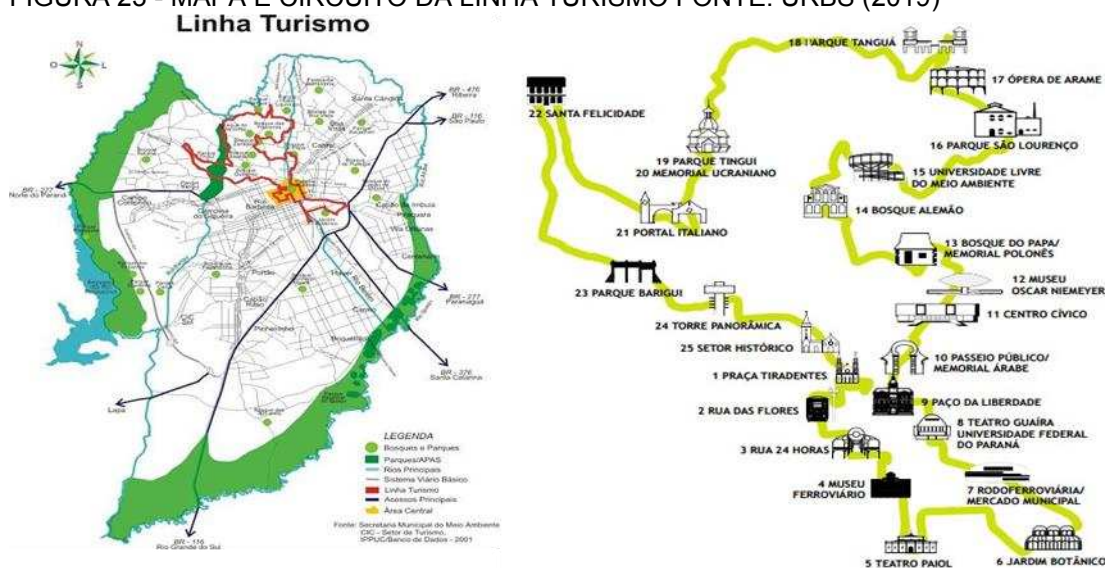
Foto: Orlando Kissner/SMCS

A Linha Turismo é um roteiro urbano, baseado em uma linha de ônibus regular e circular (BAHL, 2004). Ele é administrado pela URBS - Urbanização de Curitiba S/A,

responsável por todo o sistema de transporte coletivo em Curitiba, em parceria com o Instituto Municipal de Turismo de Curitiba

Conforme informações do Instituto Municipal de Turismo de Curitiba, a Linha Turismo registrou 557.488 embarques em 2019, com uma média mensal de 46 mil passageiros, sendo o mês de julho o mais movimentado do ano com mais de 80 mil embarques. E o trajeto percorrido pela linha pode ser visto na Figura 23:

FIGURA 23 - MAPA E CIRCUITO DA LINHA TURISMO FONTE: URBS (2019)



Fonte: IPPUC (2019)

A pesquisa de demanda do Instituto também revela que a Linha Turismo tem como maior parte do público os turistas (95,7%), e não moradores (4,3%). E a grande maioria dos turistas embarcados estão em Curitiba por motivos de Lazer (67,2%), e acompanhados de familiares (41,3%). Durante todo o percurso, os turistas escutam uma gravação, do sistema de áudio do ônibus, que descreve os atrativos em português, inglês e espanhol.

Na pesquisa empírica deste modal, abordamos 7 turistas que desembarcaram da Linha Turismo na parada em frente ao Jardim Botânico, uma das imagens mais conhecidas da cidade de Curitiba.

Quanto ao perfil dos turistas que conheceram a cidade de ônibus, os gráficos (Apêndice 3) mostraram que o público masculino foi de 43% e o público feminino a maioria com 57%. A faixa etária nos mostra que 72% dos entrevistados possuem entre 18 e 29 anos, 14 de 30 a 39 anos e 14% de 40 a 50 anos.

O tempo de permanência na cidade nos mostra que a maioria dos turistas esteve por 4 a 7 dias na cidade com 57%, outros 15% por até 3 dias, 14% de 4 a 7 dias e os outros 14% por mais de 16 dias. Sendo o motivo da viagem 43% por lazer e os outros 57% por negócios e eventos. Por fim, quando perguntados sobre o meio de transporte que utilizam cotidianamente as respostas foram: 43% carro, 29% transporte por aplicativo, 14% ônibus e os outros 14% moto.

A seguir serão apresentados os mapas mentais desenvolvidos pelos turistas que utilizaram o ônibus da Linha Turismo para conhecer a cidade, e interpretação destes mapas com base na metodologia Kozel, já mencionada no trabalho. Ressaltando que os mapas mentais originais se encontram no Apêndice 2.

FIGURA 24 - MAPA MENTAL 08 (ÔNIBUS)



Fonte: A autora.

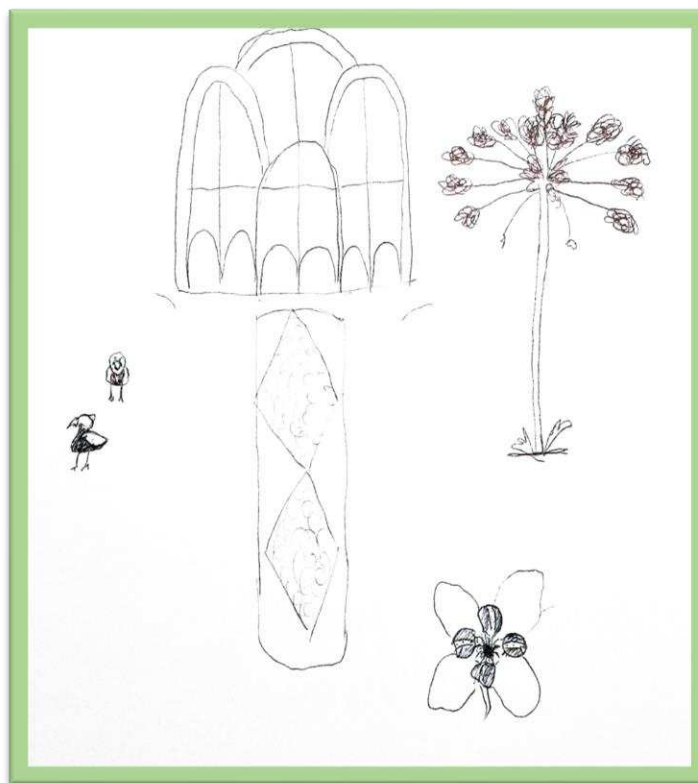
O mapa mental 08 apresenta ícones diversos quanto à sua forma e a distribuição de seus elementos aparece na vertical. Árvores são demonstrados quanto aos elementos da paisagem natural, principalmente o Pinheiro do Paraná. E os

elementos construídos apresentam ruas, vias, parque, igreja e prédios. Não foram identificados elementos humanos e elementos móveis.

Quanto aos elementos identificados do espaço urbano turístico foi percebido o Jardim Botânico. E o que se destaca nesse mapa são os caminhos e as vias que aparecem de forma organizada, demonstrando que o autor percebeu a organização dos fluxos. Também observamos o destaque para a igreja, ressaltando que a cidade possui atualmente um grande número de espaços religiosos, e o existem roteiros turísticos para o segmento de turismo religioso na cidade.

Quanto ao título do mapa utilizado nesta pesquisa como uma particularidade, o autor trouxe o nome: “Plano”, que pode reforçar a ideia de organização e ordenamento do espaço.

FIGURA 25 - MAPA MENTAL 09 (ÔNIBUS)



Fonte: A autora.

O mapa mental 09 apresenta ícones diversos, e quanto aos seus elementos aparecem distribuídos de forma dispersa. Um Pinheiro do Paraná, uma flor e dois pássaros são demonstrados quanto aos elementos da paisagem natural. E os

elementos construídos apresentam um parque e uma floreira. Não foram identificados elementos humanos e elementos móveis.

Quanto aos elementos identificados do espaço urbano turístico foi percebido apenas o Jardim Botânico. E nesse mapa, além de aparecer a estufa representada, aparecem as floreiras que fazem parte dos caminhos percorridos pelos turistas dentro do parque, o que nos faz entender que a agradabilidade estética do parque pode ser um elemento importante para esse autor.

O título do mapa utilizado nesta pesquisa como uma particularidade, também reforça essa questão do autor que colocou o nome de: “Beleza do Jardim” em seu mapa mental.

FIGURA 26 - MAPA MENTAL 10 (ÔNIBUS)



Fonte: A autora.

O mapa mental 10 dos turistas de ônibus apresenta ícones diversos quanto à sua forma e a distribuição dos seus elementos aparecem de forma dispersa. Alguns pássaros, uma flor, o sol e uma nuvem ficam evidentes nos elementos da paisagem

natural. E quanto aos elementos construídos apenas o parque foi representado. Não foram identificados elementos humanos e elementos móveis neste mapa.

Em relação aos elementos identificados do espaço urbano turístico pudemos perceber apenas o Jardim Botânico, e o destaque para a flor, elemento da paisagem natural que aparece com mais destaque que os outros ícones do mapa.

Quanto ao título do mapa, o autor trouxe o nome: “A Flor do ponto de vista Saltense”, o que remete à naturalidade do turista, cidade de Salto, no estado de São Paulo.

FIGURA 27 - MAPA MENTAL 11 (ÔNIBUS)



Fonte: A autora.

Este mapa mental 11 apresenta ícones diversos, cujos elementos aparecem distribuídos de forma horizontal. Aparecem diversas árvores como Pinheiros, flores, lago, pássaros, nuvens e sol compondo os elementos da paisagem natural. Como elementos construídos apresentam vias, escadas, banco e ponte. Não foram identificados elementos humanos e elementos móveis.

Não foi possível identificar elementos do espaço urbano turístico, mas é possível notar um encantamento com o espaço percebido, pois a agradabilidade estética fica evidente. E o título que o autor traz ao seu mapa também reforça essa questão, sendo: “O Brasil que eu quero existe em Curitiba”.

FIGURA 28 -MAPA MENTAL 12 (ÔNIBUS)

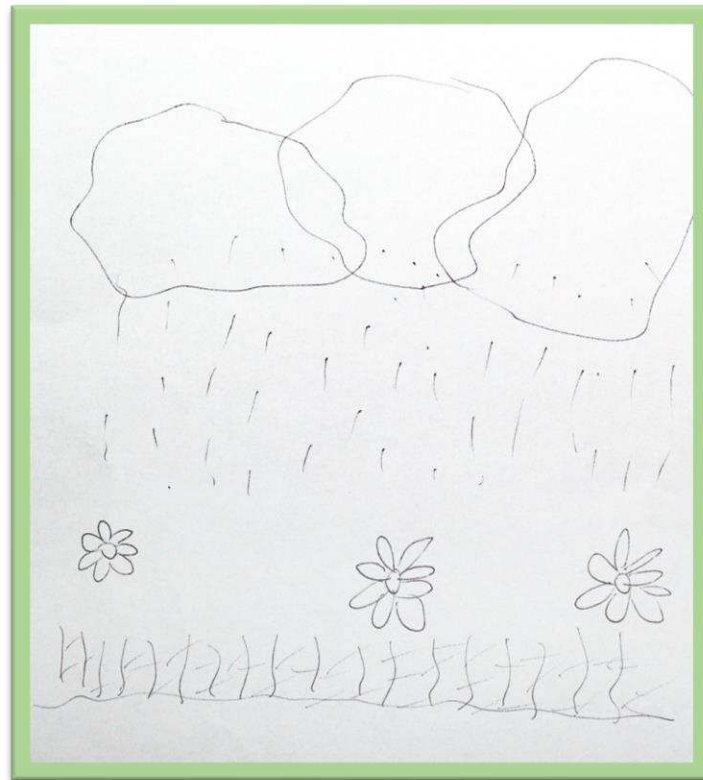


Fonte: A autora.

O mapa mental 12 demonstra ícones diversos, e os elementos aparecem distribuídos de forma horizontal. Árvores, flores, pássaros, nuvens e sol são apresentados quanto aos elementos da paisagem natural. Os elementos construídos são evidenciados com dois prédios. Não foram identificados elementos móveis, mas identificamos três elementos humanos.

Não foram identificados elementos do espaço urbano turístico. O título do mapa utilizado nesta pesquisa compreendido como uma particularidade, foi “Amizade Verde” o que traz ao leitor uma sensação de acolhimento, além de aparecer no mapa um balão em formato de coração que também exprime esse sentimento.

FIGURA 29 - MAPA MENTAL 13 (ÔNIBUS)

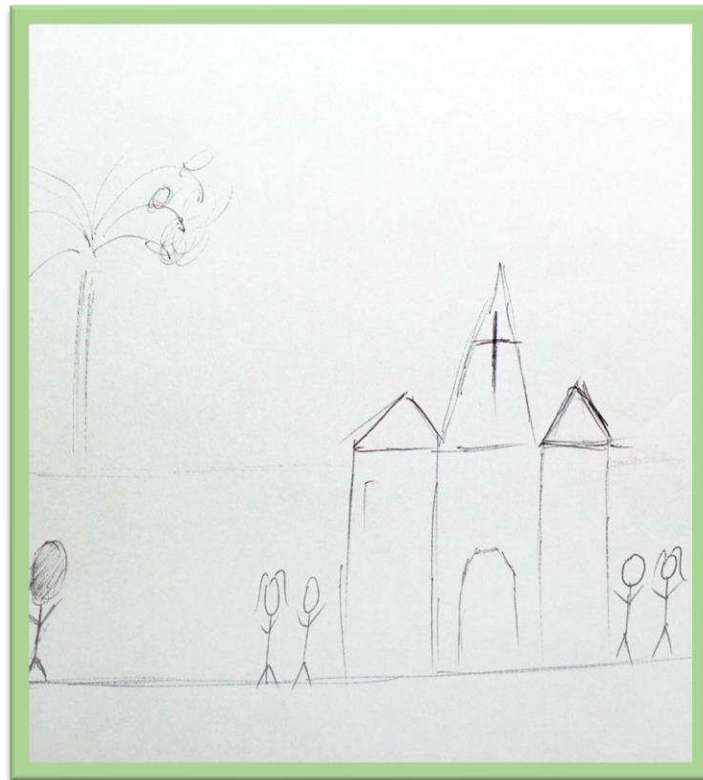


Fonte: A autora.

O mapa mental 13 nos apresenta ícones diversos, e quanto aos seus elementos aparecem distribuídos de forma horizontal. Flores, nuvens e chuva são demonstradas quanto aos elementos da paisagem natural. Elementos construídos, elementos humanos e elementos móveis não foram identificados. E os ícones apresentados abaixo das flores como um gramado (natural) ou uma cerca (construída).

Não aparecem elementos identificados do espaço urbano turístico. O autor traz o título de “Natureza” nesta pesquisa visto como uma particularidade, o que reforça a imagem de Curitiba, mas também traz uma questão peculiar aos moradores da cidade por ser realmente uma cidade muito chuvosa.

FIGURA 30 -MAPA MENTAL 14 (ÔNIBUS)



Fonte: A autora.

O mapa mental 14 apresenta ícones diversos, e quanto a distribuição dos elementos aparecem na forma horizontal. Um Pinheiro do Paraná aparece como elemento da paisagem natural. E como elemento construído apresenta uma igreja. Não foram identificados elementos móveis, e como elementos humanos o mapa traz 5 pessoas, sendo 4 próximas a igreja e 1 mais distante.

Não aparecem elementos identificados do espaço urbano turístico. Mas a igreja, acentua a questão do turismo religioso, destaque para este turista. O título do mapa, utilizado nesta pesquisa como uma particularidade, também traz certa peculiaridade sendo: “Planificação e Etnia”.

A síntese destes mapas assim como a anterior apresentam-se no Quadro 6:

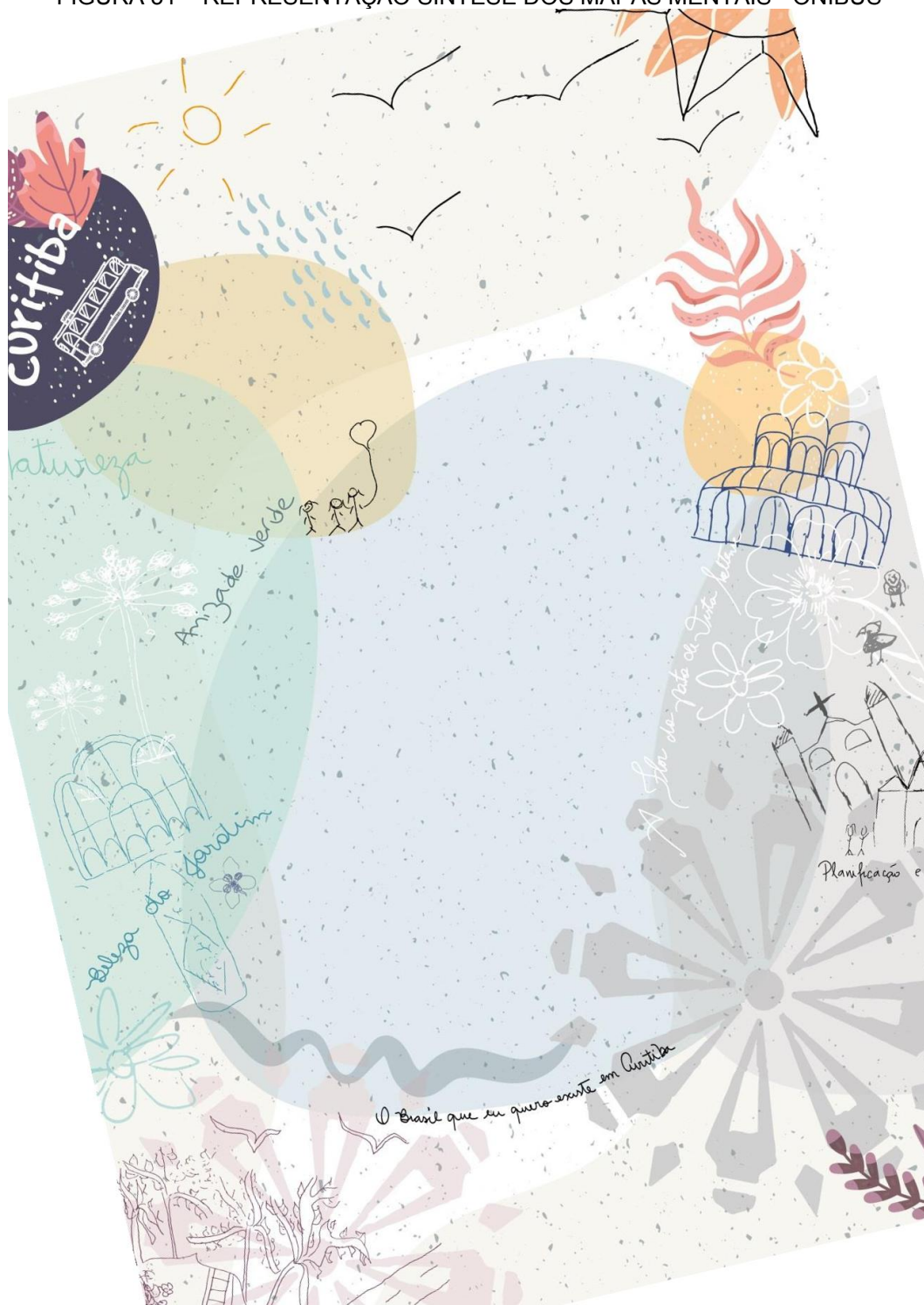
QUADRO 6 - SÍNTESE DOS MAPAS MENTAIS DOS TURISTAS DE ÔNIBUS

DESVENDANDO OS MAPAS MENTAIS TURISTAS DE ÔNIBUS METODOLOGIA KOZEL	Mapa Mental Ônibus 08	Mapa Mental Ônibus 09	Mapa Mental Ônibus 10	Mapa Mental Ônibus 11	Mapa Mental Ônibus 12	Mapa Mental Ônibus 13	Mapa Mental Ônibus 14
ANÁLISE QUANTO A FORMA	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos
DISTRIBUIÇÃO DOS ELEMENTOS	Vertical	Dispersa	Dispersa	Horizontal	Horizontal	Horizontal	Horizontal
ÍCONES - ELEMENTOS DA PAISAGEM NATURAL IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES	Árvores (Pinheiro)	Árvore (Pinheiro) Flores Pássaros	Flor Sol Nuvem Pássaros	Árvores (Pinheiro) Flores Lago Pássaros Nuvem Sol	Árvore Flor Sol Nuvem	Flores Nuvem Chuva	Árvore (Pinheiro)
ÍCONES - ELEMENTOS DA PAISAGEM CONSTRUÍDA IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES	Ruas/Vias Parque Espaço Religioso Prédios	Parque Floreira	Parque	Vias Escadas Bancos Degraus	Prédios	-	Espaço Religioso
ÍCONES - ELEMENTOS HUMANOS IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES	-	-	-	-	Pessoas	-	Pessoas
ÍCONES - ELEMENTOS MÓVEIS IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES	-	-	-	-	-	-	-
ÍCONES- ELEMENTOS DO ESPAÇO URBANO TURÍSTICO DA CIDADE IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES atrativos, facilidade fluxos, estética, paisagem construída, caminhos, serviços urbanos, equipamentos de apoio, mobiliário urbano	Jardim Botânico	Jardim Botânico	Jardim Botânico	-	-	-	-
PARTICULARIDADES – título do mapa mental	Plano	Beleza do Jardim	A flor do ponto de Vista Saltense	O Brasil que eu quero existe em Curitiba	Amizade Verde	Natureza	Planificação e Etnia

Fonte: A autora.

Segue abaixo as representações síntese dos mapas mentais dos turistas participantes que conheceram a cidade de ônibus (figura 31):

FIGURA 31 – REPRESENTAÇÃO SÍNTESE DOS MAPAS MENTAIS - ÔNIBUS



Fonte: A autora.

3.4 AS PERCEPÇÕES DO DESTINO VISITADO A PÉ



Para que fosse possível realizar esta parte do trabalho, fomos buscar formas de encontrar turistas que caminham pela cidade. O *Free Walking Tour* em Curitiba é um projeto criado em 2014 por turismólogos, com o objetivo de estruturar mais uma opção para os turistas na cidade, que naquele ano sediou alguns jogos da Copa do Mundo de Futebol. Segundo dados de uma pesquisa realizada pela Associação Nacional de Transportes Públicos (ANTP), andar a pé ainda é o modo de transporte mais utilizado no Brasil, e responde por 32% dos deslocamentos.

Sendo assim, a Política Nacional de Mobilidade Urbana (lei federal nº 12.587/2012) e o Código Brasileiro de Trânsito (lei federal nº 9.503/1997) colocam o modo “andar a pé” como prioridade em relação aos outros modos. E apesar de ser reconhecida no meio técnico como modo de transporte e ser reconhecida como prioridade pela legislação, a circulação a pé não tem a mesma prioridade de produção técnica e atendimento, como tem os demais modos.

Todo o ser humano é pedestre em algum momento, mesmo que use predominantemente outros modos de transporte no seu dia-a-dia. O *Free Walking* é uma proposta de caminhada por pontos turísticos importantes em uma determinada região da cidade. E segundo Severo (2014), existem mais de oitenta passeios com as características de serem guiados, e não necessariamente por um profissional cadastrado em órgãos do setor turístico, e gratuitos, em mais de sessenta cidades em todo o mundo.

O Curitiba *Free Walking* é um projeto sem fins lucrativos, cuidado e guiado por voluntários que desejam mostrar a cidade para turistas e moradores de uma forma diferente. Esses voluntários são profissionais das mais diversas áreas como biólogos, arquitetos, turismólogos, entre outros, e trazem na caminhada informações históricas e turísticas da cidade.

O tempo de permanência na cidade nos mostra que a maioria dos turistas esteve por 4 a 7 dias na cidade com 43%, outros 29% por 8 a 15 dias e os outros 28% por até 3 dias. Sendo o motivo da viagem 86% por lazer e os outros 14% por negócios e eventos. Por fim, quando perguntados sobre o meio de transporte que utilizam cotidianamente as respostas foram: 72% carro, 14% a pé e os outros 14% bicicleta.

A seguir serão apresentados os mapas mentais elaborados por estes turistas que utilizaram o *Free Walking* Curitiba para conhecer a cidade, e interpretação destes mapas com base na metodologia Kozel, já mencionada no trabalho. Considerando ainda que os originais se encontram no Apêndice 2 como os anteriores.

FIGURA 33 - MAPA MENTAL 15 (A PÉ)



Fonte: A autora.

O mapa mental 15 apresenta ícones diversos, e quanto aos elementos aparecem distribuídos de forma dispersa. Um Pinheiro do Paraná e uma flor são demonstrados quanto aos elementos da paisagem natural. E os elementos construídos apresentam um parque e um museu. Não foram identificados elementos humanos e elementos móveis.

Quanto aos elementos identificados do espaço urbano turístico percebeu-se que o Jardim Botânico e o Museu Oscar Niemeyer. O título do mapa utilizado pelo autor foi “Curitiba, cidade verde” seguido do desenho de um coração, o que remete a uma forma de carinho com a cidade.

FIGURA 34 - MAPA MENTAL 16 (A PÉ)



Fonte: A autora.

O mapa mental 16 nos apresenta ícones diversos, e quanto aos elementos aparecem distribuídos de forma horizontal. Árvores, sendo uma delas representando um Pinheiro do Paraná, são demonstrados quanto aos elementos da paisagem natural. E os elementos construídos apresentam um espaço religioso, casas ou fachadas e calçadas. Não foram identificados elementos humanos e elementos móveis.

Quanto aos elementos identificados do espaço urbano turístico foi percebido o Largo da Ordem e Mesquita de Curitiba (Imam Ali Abn Abi Talib). Nesse mapa, além de aparecer os ícones especificados, chama a atenção que abaixo dos galhos do Pinheiro estão representadas uma flor como uma estrela semelhante ao desenho das

calçadas da Rua XV que traz esse formato dos pinhões. Esse mapa traz a agradabilidade estética do espaço representado pelo autor.

O título do mapa, traz como particularidade, reforçando o nome que o autor colocou: “Curitiba, cidade luz e linda”

FIGURA 35 - MAPA MENTAL 17 (A PÉ)

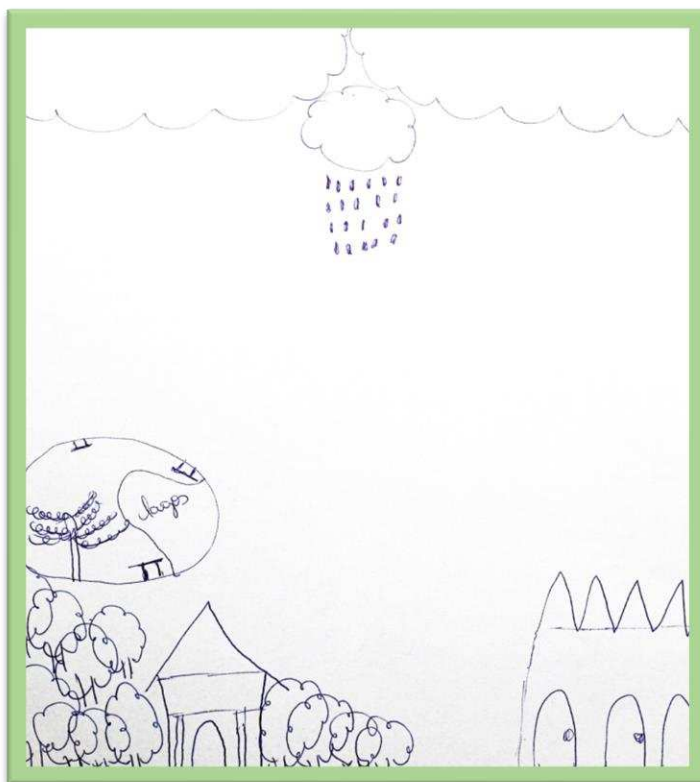


Fonte: A autora.

O mapa mental 17 apresenta ícones diversos, e seus elementos aparecem distribuídos de forma dispersa. Nuvens e chuva compõe os elementos da paisagem natural representados. E dos elementos construídos apresenta apenas um museu. Não foram identificados elementos móveis, e quanto aos elementos humanos a representação de um rosto de uma pessoa, sorrindo.

Quanto aos elementos do espaço urbano turístico foi percebido um museu. Pelo trajeto percorrido poderia ser o Museu de Arte Sacra ou ainda o Paço da Liberdade, interpretado pelos turistas como museu, ou outro atrativo visitado anteriormente. Nesse mapa, o elemento humano, ganha destaque pelo sorriso, que pode demonstrar felicidade. No título do mapa, utilizado como uma particularidade, o autor reforça esse elemento com o título: “Singular”.

FIGURA 36 - MAPA MENTAL 18 (A PÉ)

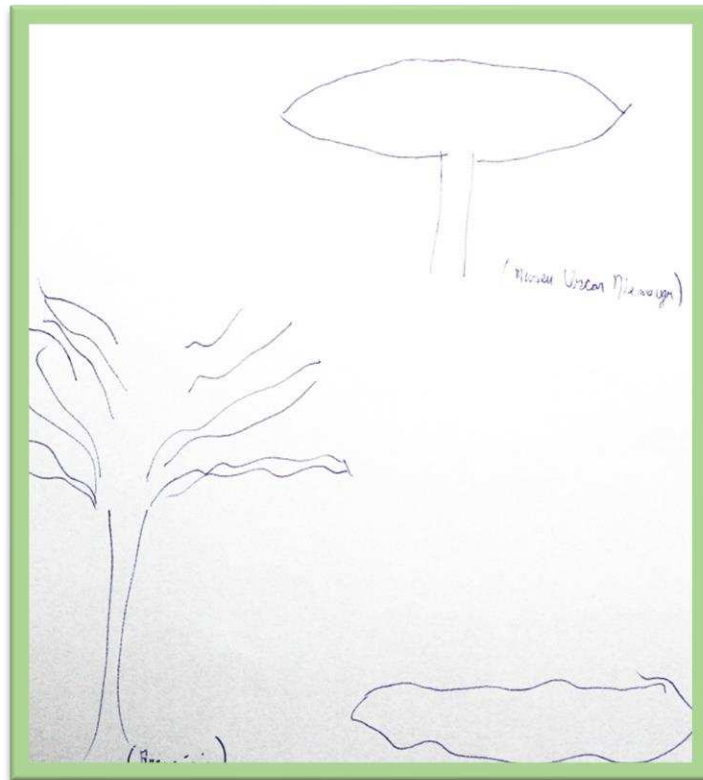


Fonte: A autora.

O mapa mental 18 apresenta ícones diversos, e os elementos aparecem distribuídos de forma horizontal. Muitas árvores, sendo uma delas representando o Pinheiro do Paraná. Nuvens, chuva e lago são demonstrados quanto aos elementos da paisagem natural. Os elementos construídos representam, casas ou fachadas e um portal. Não foram identificados elementos humanos e elementos móveis.

Quanto aos elementos identificados do espaço urbano turístico foi percebido o Largo da Ordem e fachadas e alguns ícones de forma isolada dentro do mapa com bancos, o Pinheiro e um lago. Aparece ainda entre os ícones um destaque para a chuva que caracteriza a cidade de Curitiba. Esse autor não deu título ao seu mapa.

FIGURA 37 - MAPA MENTAL 19 (A PÉ)

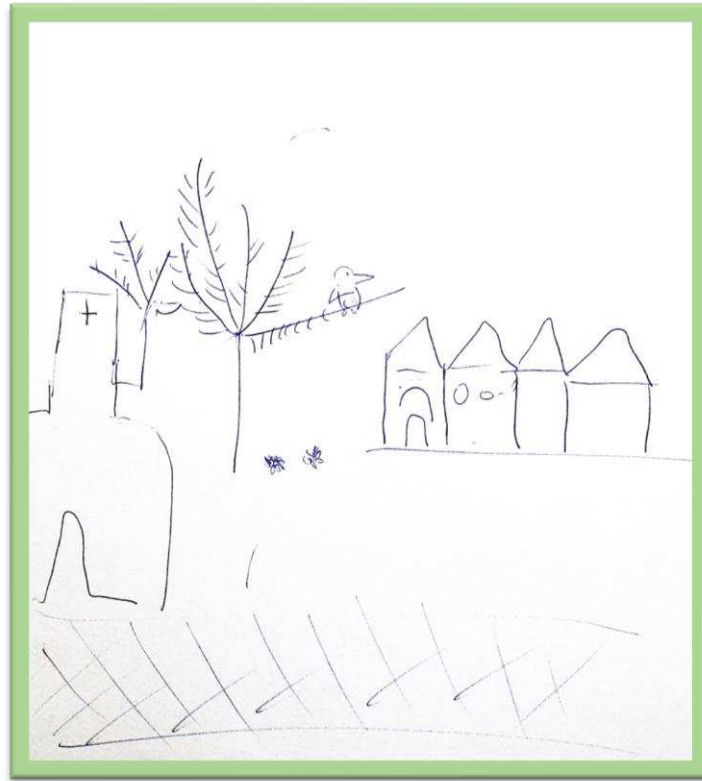


Fonte: A autora.

O mapa mental 19 acima nos apresenta ícones diversos, e os elementos aparecem distribuídos de forma dispersa. Uma árvore, representando o Pinheiro do Paraná e um lago referendam os elementos da paisagem natural. Quanto aos elementos construídos observamos um museu e não foram identificados elementos humanos e elementos móveis.

Quanto aos elementos identificados do espaço urbano turístico foi percebido o Museu Oscar Niemeyer. E o título do mapa, utilizado nesta pesquisa como uma particularidade, também reforça no mapa mental como o autor percebeu a cidade: “Cidade verde, linda arquitetura e muito cultural”.

FIGURA 38 - MAPA MENTAL 20 (A PÉ)

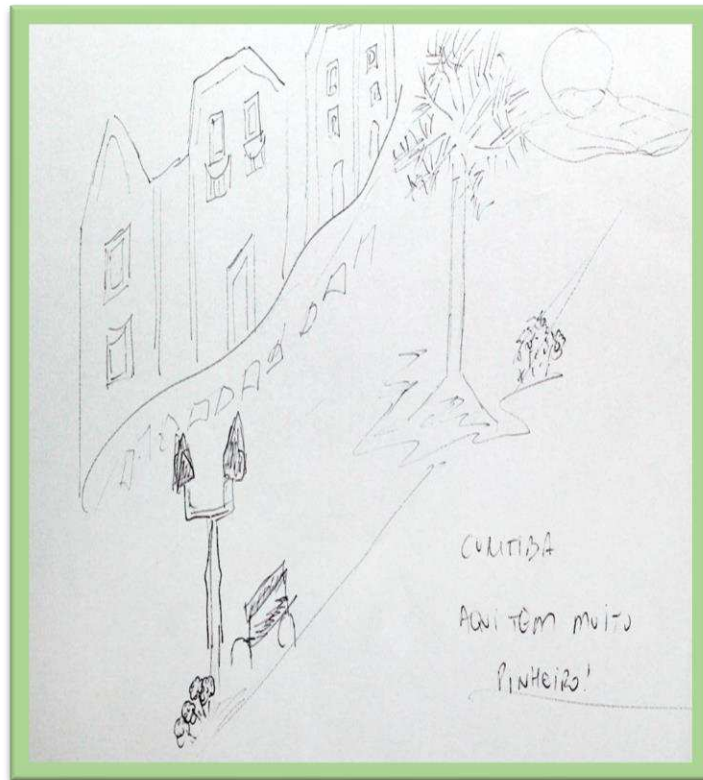


Fonte: A autora.

Este mapa mental 20 demonstra ícones diversos, e tem seus elementos distribuídos de forma dispersa. Uma árvore, representando o Pinheiro do Paraná, flores e pássaro aparecem referendando os elementos da paisagem natural. Quanto aos elementos construídos apresenta um espaço religioso, casas ou fachadas e calçada. Não foram identificados elementos humanos e elementos móveis.

Quanto aos elementos identificados do espaço urbano turístico foi percebido o Largo da Ordem pela fachada apresentada. O espaço religioso, referência a Igreja do Rosário localizada no largo da Ordem. O título do mapa mental, traz como particularidade, “Curitiba: cidade ecológica e cultural”.

FIGURA 39 - MAPA MENTAL 21 (A PÉ)



Fonte: A autora.


O mapa mental 21 acima apresenta ícones diversos, e tem seus elementos distribuídos de forma vertical. Quanto aos elementos da paisagem natural identificamos uma árvore, representado pelo Pinheiro do Paraná, e flores. E quanto aos elementos construídos apresentam casas ou fachadas, postes, bancos e calçadas. Não foram identificados elementos humanos e elementos móveis.

Quanto aos elementos identificados do espaço urbano turístico foi percebido o calçadão da Rua XV de Novembro. Nesse mapa a representação detalhada é ressaltada pela calçada e postes republicanos que iluminam a rua. Esse mapa evidencia a agradabilidade estética do espaço representada pelo autor.

O título do mapa mental, ou particularidade, reforça a identidade do pinheiro representado pelo autor: "Curitiba, aqui têm muito pinheiro!".

Como nos mapas mentais anteriores referentes aos visitantes ciclistas e os usuários do ônibus linha turismo no quadro 7) onde aparece a síntese das análises dos turistas que fizeram seu trajeto a pé:

QUADRO 7 - SÍNTESE DOS MAPAS MENTAIS DOS TURISTAS A PÉ

DESVENDANDO OS MAPAS MENTAIS TURISTAS A PÉ METODOLOGIA KOZEL	Mapa Mental A pé 15	Mapa Mental A pé 16	Mapa Mental A pé 17	Mapa Mental A pé 18	Mapa Mental A pé 19	Mapa Mental A pé 20	Mapa Mental A pé 21
ANÁLISE QUANTO A FORMA	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos	Ícones diversos
DISTRIBUIÇÃO DOS ELEMENTOS	Dispersa	Horizontal	Dispersa	Horizontal	Dispersa	Dispersa	Vertical
ÍCONES - ELEMENTOS DA PAISAGEM NATURAL IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES	Arvore (Pinheiro) Flores	Árvores (Pinheiro)	Nuvens Chuva	Arvores (Pinheiro) Lagos Nuvens Chuva	Arvore (pinheiro) Lago	Arvore (pinheiro) Flor	Arvore (pinheiro) Flores Pássaro
ÍCONES - ELEMENTOS DA PAISAGEM CONSTRUÍDA IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES	Museu Parque	Espaço Religioso Casas Calçada	Museu	Casas/ Edificações Portal Bancos Parque	Museu	Casas/ Edificações Calçada	Casas/ Edificações Postes Bancos Calçadas
ÍCONES ELEMENTOS HUMANOS IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES	-	-	Pessoa	-	-	-	-
ÍCONES - ELEMENTOS MÓVEIS IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES	-	-	-	-	-	-	-
ÍCONES- ELEMENTOS DO ESPAÇO URBANO TURÍSTICO DA CIDADE IDENTIFICADOS A PARTIR DE SEUS ATORES atrativos, facilidade fluxos, estética, paisagem construída, caminhos, serviços urbanos, equipamentos de apoio, mobiliário urbano	Museu Oscar Niemeyer Jardim Botânico	Largo da Ordem Mesquita de Curitiba	Museu	Largo da Ordem Parque	Museu Oscar Niemeyer	Largo da Ordem	Rua XV
PARTICULARIDADES – título do mapa mental	Curitiba, cidade verde 	Curitiba, cidade luz e linda	Singular		Cidade verde, linda arquitetura e muito cultural	Curitiba: cidade ecológica e cultural	Curitiba: aqui tem muito pinheiro!

Fonte: A autora.

Após a terceira etapa de análise dos mapas, os ícones representados também foram incorporados a representação síntese, conforme explicitado anteriormente.

FIGURA 40 - REPRESENTAÇÃO SÍNTESE DOS MAPAS MENTAIS- A PÉ



Fonte: A autora.

4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DA REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO VIVIDO ATRAVÉS DOS MAPAS MENTAIS NOS DIFERENTES MODOS DE TRANSPORTE

Neste capítulo, procuramos sintetizar todas as análises das interpretações dos mapas mentais dos três modais e também uma análise geral daquilo que consideramos mais relevante para a confirmação desta tese e para os encaminhamentos finais da pesquisa.

4.1 O PERCURSO COM A BICICLETA

Nos mapas mentais apresentados pelos turistas que conheceram a cidade de bicicleta foi possível perceber que:

- Os signos foram apresentados nas formas horizontais, verticais e dispersas quanto à sua distribuição; referendados em letras, linhas e ícones diversos;
- Os mapas mentais apresentaram particularidades com detalhes e muitos ícones considerados elementos da paisagem natural – o que pode ser interpretado pelo fato de a bicicleta permitir essa inspiração de apreciar mais e melhor cada momento vivido.
- Apresentam também diferentes atrativos que marcam individualmente cada um dos turistas, permitindo observar e representam o espaço vivido, conforme a sua percepção, inserindo detalhes peculiares e específicos do trajeto realizado como a Torre Panorâmica e o Memorial Ucrâniano do Parque Tingui no mapa 03, que embora sejam atrativos menos divulgados foram observados.
- Os elementos humanos apareceram em três mapas nas representações dos cicloturistas, o que nos remete à questão peculiar da bicicleta como meio de transporte que propicia diferentes sensações, e de certa forma, um melhor contato com outros indivíduos.
- Os títulos dados aos mapas referenciam as particularidades e refletem a percepção, as lembranças, as emoções dos turistas dos participantes e sua apreensão do espaço percorrido. No mapa 02 apareceu a frase “Harry Potter na Curitiba” o que pode remeter à ideia de aventura e magia que vivenciou em Curitiba.

- Os 8 atrativos turísticos que aparecem nos mapas mentais são: Torre Panorâmica, Parque Barigui, Parque Tingui, Jardim Botânico, Passeio Público, Memorial Árabe, Memorial Polonês e Museu Oscar Niemeyer.

4.2 PERCURSO REALIZADO COM O ONIBUS LINHA TURISMO

Nos mapas mentais que foram apresentados pelos turistas que conheceram a cidade de cidade de ônibus – Linha Turismo, foi possível perceber que:

- Os signos foram apresentados nas formas horizontais, dispersas e vertical e, representados em letras, linhas e ícones diversos.

- Apresentam algumas peculiaridades como os elementos da paisagem natural presentes em todos os desenhos. As árvores que apareceram em 5 dos 7 mapas, com destaque para a Araucária também chamada de Pinheiro do Paraná, espécie arbórea típica da nossa região, que aparece em 4 dos 5 mapas. Também aparecem espécies diferentes de flores em 5 mapas, e isso pode se dar ao fato de os turistas terem sido abordados no ponto de parada do Jardim Botânico de Curitiba,

- Quanto a paisagem construída aparece espaços religiosos e alguns prédios o que podem dar a conotação de contrastes urbanos ou da urbanização da cidade. O mapa 08 apresenta o título: “Plano” e mostra inclusive uma questão bastante peculiar e muito divulgada, o planejamento urbano da cidade e seu ordenamento territorial.

- Em apenas dois dos sete mapas mentais aparecem o elemento humano e isso é curioso porque os turistas na Linha Turismo circulam pelos parques onde se encontram muitas pessoas.

- Em três mapas aparecem pássaros demonstrando uma contemplação da natureza.

- As peculiaridades refletidas nos títulos dos mapas curiosamente dois estão ligados ao planejamento urbano, mapa 14 “Planificação e Etnia” e o mapa 08 “Plano”.

- O mapa 12 evidencia “Amizade Verde” remetendo aos cognomes cidade “verde”, cidade “ecológica”.

- O atrativo turístico que aparece nos mapas mentais de quem conhece a cidade com o ônibus da Linha Turismo é o Jardim Botânico.

4.3 PERCURSO REALIZADO A PÉ

Nos mapas mentais que foram apresentados, pelos turistas que conheceram a cidade a pé – grupo do *Free Walking Tour*, foi possível perceber que:

- Os signos foram apresentados de forma horizontal, vertical e dispersa e, quanto a sua distribuição aparecem letras, linhas e ícones diversos;

- Os elementos da paisagem natural aparecem em todos os desenhos, com destaque em seis dos mapas, para os ícones representando a Araucária ou também chamado de Pinheiro do Paraná, espécie arbórea típica da nossa região. Os turistas que fazem esse roteiro a pé partem da praça Santos Andrade no centro da cidade onde existe uma Araucária Centenária, plantada em 1922, em comemoração ao centenário da Independência do Brasil, conservada até os dias de hoje e encanta os turistas por sua imponência e robustez.

- Quanto aos elementos naturais aparecem ícones referendando nuvens e chuva, o que reflete o período em que foi realizada a pesquisa. Na data em que foi realizada a pesquisa o sol brilhava, mas os 10 dias que antecederam essa data foram de chuvas intensas e os turistas registraram Curitiba e o tempo chuvoso.

- O elemento humano apareceu em apenas um dos mapas com um rosto sorridente, o que pode refletir a alegria desse turista em estar na cidade, mas vale também ressaltar que o fato de apenas um mapa possuir elemento humano é bastante curioso. Outro detalhe é de não ter surgido nenhum elemento móvel, onde esse grupo que caminha junto por duas horas, no centro da cidade, onde há um grande movimento de pessoas e veículos. Então, a reflexão que fica é de que as pessoas se desconectam para apenas contemplar aquilo que está lhe interessando e não trazem essas referências, mesmo estando tão próximos delas.

- Nos mapas destacam-se questões arquitetônicas da cidade, pois em cinco dos sete mapas aparecem fachadas de diversos lugares, e esse detalhe é interessante porque o grupo caminha observando todos os detalhes assim como as referências históricas de Curitiba, as praças centrais, as igrejas, o Largo da Ordem e o calçadão da Rua XV.

- Aparecem ainda peculiaridades como os postes republicanos referendados no mapa 21 e os desenhos das calçadas da Rua XV no mapa 16. Tanto os postes como as calçadas são elementos da paisagem construída que decoram a Rua XV, mas não são valorizados comumente pelos turistas. Outro destaque ainda para os bancos que

aparecem nos mapas 18 e 21, que podem remeter a receptividade aconchegante destes espaços.

- Os títulos ou particularidades aparecem em seis representações, e cinco destacam Curitiba, apontando características ou elogios à cidade: pinheiros, cidade ecológica e cultural, cidade verde, linda arquitetura e muito cultural, cidade luz e linda.

- Os atrativos que aparecem nos mapas mentais são a Rua XV, o Museu Oscar Niemeyer, a Mesquita de Curitiba, o Largo da Ordem e o Jardim Botânico.

A partir das representações observadas é possível realizar uma análise da representação do espaço urbano turístico de Curitiba, comparando os mapas representados pelos turistas nos três diferentes modais: bicicleta, ônibus e a pé.

Os mapas dos turistas que visitam a cidade de bicicleta possuem maior riqueza de detalhes, além de muitos elementos da paisagem natural, diferentemente dos que estão de ônibus ou a pé. Os que estão a pé têm a Araucária como principal referência de elemento natural.

Entre os elementos humanos o destaque fica também com os turistas de bicicleta, que proporcionalmente possuem mais representações de pessoas do que os outros. A bicicleta proporciona maior liberdade e aproxima mais as pessoas do contexto que está sendo vivenciado. Os passeios de bicicletas, e os acessos, ou seja, as ciclovias também estão localizadas em espaços da cidade que privilegiam os usuários pela proximidade com a natureza e evidenciam os parques da cidade.

Quanto às particularidades explicitadas nos títulos dos mapas mentais, pode-se destacar que os turistas que visitam a cidade a pé sentem maior admiração e encantamento pela cidade de Curitiba. Isso pode ser justificado porque o roteiro feito a pé, ele tem um guia, ou seja, uma pessoa que fala da cidade com sentimento de um morador desvendando aos turistas curiosidades e fatos que não seriam percebidos se não houvesse aquela explanação. O planejamento urbano, também é evidenciado nas representações e títulos correspondentes.

Mas, ainda quanto aos títulos é possível perceber que os turistas que visitam a cidade com o ônibus da Linha Turismo, possuem uma visão mais restrita daquilo que está observando naquele ponto da cidade, bem como, os elementos do espaço urbano-turístico destacados por eles, que trouxeram apenas o Jardim Botânico nas suas representações. E nesse roteiro da Linha Turismo eles perpassam por todos os 33 atrativos turísticos divulgados pelos órgãos oficiais da cidade.

Outra importante observação em relação aos mapas, está relacionada aos atrativos turísticos visitados e representados pelos turistas. Foram representados nos 21 mapas os seguintes atrativos: o Jardim Botânico (5), o Museu Oscar Niemeyer (4), o Largo da Ordem (2), a Rua XV de Novembro (1), a Torre Panorâmica (2), o Parque Tingui (1), o Passeio Público (1), Parque Barigui (1), Teatro Guaíra (1), Memorial Árabe (1) e Memorial Polonês (1). O que demonstra que os atrativos considerados ícones da imagem da cidade também são representados pelos turistas em seus mapas, o Jardim Botânico e o Museu Oscar Niemeyer são os dois destaques nos mapas, e também destaques nas divulgações e nas redes sociais, como imagem da cidade de Curitiba.

Para o *TripAdvisor*, o maior portal *online* de viagens do mundo, assim autointitulado e que possui características de ajuda aos turistas para descobrir o potencial de cada viagem por meio de postagens colaborativas como os atrativos melhor classificados e mais procurados pelos turistas. No que diz respeito à Curitiba, os atrativos encontram-se na seguinte ordem de importância: Jardim Botânico, o Museu Oscar Niemeyer, Parque Tanguá, Santa Felicidade, Parque Barigui e o Largo da Ordem.

Portanto, podemos dizer que os atrativos turísticos representados nestes mapas mentais podem ter relação e influência direta da propaganda e das imagens midiáticas da cidade de Curitiba. Mas o que torna diferente e interessante são os mapas que não trazem estes ícones “comuns” e desvendam novos espaços e novos olhares para os atrativos da nossa cidade, como os desenhos que representaram o Memorial Ucrânio do Parque Tingui, os Pinheiros do Paraná, os bancos, os postes republicanos e os desenhos dos pinhões nas calçadas da Rua XV. Além da Mesquita de Curitiba, Passeio Público e Memorial Árabe.

Os Mapas mentais apresentados representaram as características do espaço urbano turístico vivido pelos turistas na cidade de Curitiba a partir de suas vivências e experiências na cidade, demonstram as apropriações simbólicas que os indivíduos no espaço vivido da cidade de Curitiba.

COMO TERMINAMOS, CONCLUSÕES PROVISÓRIAS...

O trabalho intitulado “Imaginários e Poética no Espaço Urbano Turístico de Curitiba – PR” foi realizado a partir de um debate teórico e empírico na perspectiva da Geografia Cultural, com aporte fenomenológico, na interface do Turismo e da Geografia, das percepções e da imaginação dos lugares e das experiências dos turistas. O objetivo principal da pesquisa foi analisar as diferentes percepções do espaço urbano-turístico de Curitiba com diferentes modais de transportes: de bicicleta, de ônibus e a pé.

Ao realizar essa pesquisa, tentamos exprimir os sentimentos que trouxeram a curiosidade e a maneira como ela foi tomando forma e rumo. O desafio de construir uma tese foi intenso e desafiador. Das raízes da formação inicial, o Turismo, para o doutorado em Geografia a caminhada foi longa propiciando crescimento pessoal, profissional e teórico percorrido.

Aqui compreendemos que a Geografia Humanista e Cultural nos trouxe a aproximação do homem e do espaço, e de suas relações. Corroborando com Pádua (2013, p.153) “a ciência geográfica de olhar humanista busca compreender aquela geografia que é inerente a todos os seres humanos, a atividade que é condição e fundamento de vida, que emerge da relação homem-meio.”

Esse estudo perpassou pela Fenomenologia nos permitindo analisar a relação da experiência humana, nesse caso, os turistas, e o sentido de ser de cada um, por esse olhar mais complexo como ser-no-mundo.

Esse ser que imagina e que conforma seu mundo, compreendemos por Bachelard, a poética e os sentidos de todas as coisas, do modo como nos colocamos, nos entendemos, nos percebemos e que guardamos as nossas experiências. E dessas experiências e vivências parte-se com as obras de Tuan, ao entendimento do lugar, dos espaços vividos e das relações e sentimentos com esses lugares. Destes conceitos surgiu a construção do conhecimento dos significados das representações atribuídos aos espaços urbano-turísticos vivenciados pelos turistas.

As representações nos permitiram e nos trouxeram pelos mapas mentais, através da Metodologia Kozel, a análise e interpretação dos elementos simbólicos e os significados do que os turistas perceberam em Curitiba, com diferentes modos de se deslocar pela cidade: de bicicleta, de ônibus e a pé.

Cada turista participante vivenciou diferentes experiências no destino visitado, Tuan (2013, p. 17), explica que a experiência é

um termo que abrange as diferentes maneiras por intermédio das quais uma pessoa conhece e constrói a realidade. Essas maneiras variam desde os sentidos mais diretos e passivos como o olfato, paladar e tato, até a percepção visual ativa e a maneira indireta de simbolização.

Dessa forma confirmamos nosso objetivo de que os turistas terão experiências e percepções muito diferentes dependendo de cada modal de transporte que utiliza. E, assim, “entender como as pessoas percebem o seu ambiente de vivência significa estar aberto a aceitar várias formas de ver o mundo, porém nenhuma delas corresponderá a uma verdade única” (NITSCHE, 2012, p. 70).

Os turistas que utilizaram a bicicleta possuem mais autonomia em seu percurso, e por isso seu olhar é mais atento aos detalhes, valorizando os elementos naturais, pois a liberdade do pedalar propicia esse caráter mais humano e sensível.

Os turistas que fizeram o percurso do *Free Walking* Curitiba são pessoas que buscam outra experiência, querem entender e vivenciar a cidade pela sua história, pela riqueza das informações, e se encantam com o contemplar. Atentos aos detalhes, como o desenho da calçada, as fachadas históricas ou o Pinheiro do Paraná que é peculiar no contexto da cidade. O turista a pé, contempla o seu caminho, o ao caminhar, vivencia suas experiências e suas emoções no espaço, não observando o movimento de pessoas ou carros.

Nessa perspectiva lembramos Bachelard ao enfatizar que a poética do espaço, são as imagens da consciência como um produto do coração, da alma do ser humano, que leva o homem a uma atitude contemplativa diante do espaço e do lugar no qual vive ou estabelece relações sociais. E Kozel nos apresenta essas experiências, os signos sociais que enfatizam significados, as vivências e as emoções. Signos esses construídos por meio de imagens, sons, formas, odores, sabores, porém seu caráter significativo prescinde de uma forma de linguagem para ser comunicado.

Os turistas que conheceram a cidade com o ônibus da Linha Turismo, caracterizam, representaram nos mapas mentais, ícones advindos do marketing ou da mídia, antes mesmo de vivenciar o lugar. O fato de ter passado pelos espaços urbano-turísticos da cidade, formatados para este fim, não permite construir imaginários ou perceber algo diferente daquilo que ele se propôs a conhecer.

A experiência está diretamente relacionada ao conceito de lugar, visto que a relação de um indivíduo com este [o lugar], vai gerar uma experiência. Da mesma maneira, “o espaço transforma-se em lugar à medida que adquire definição e significado” (TUAN, 2013, p. 167).

E para que existam diferentes relações e experiências do turista com os lugares, é necessário que se compreenda outras formas de vivenciar um destino. Para URRY (2001, p.16) vivenciar significa sentir, captar a essência do lugar, e isso se concretiza em duas formas de relação do turista com a cultura ou algum aspecto cultural: a primeira refere-se às formas de interação para conhecer, interpretar, compreender e valorizar o que é objeto da visita; a segunda corresponde às atividades que propiciam experiências participativas, contemplativas e de entretenimento, que ocorrem em função do atrativo motivador da visita.

Essas interações e experiências participativas são fatores relevantes para compreendermos porque dos três modais que utilizamos em nossa análise, temos os turistas que foram a pé e guiados por uma pessoa que conta a história da cidade e dos lugares pelas quais vão passando, os turistas de bicicleta que, antes de sair pesquisam a rota que irão fazer e o que querem conhecer, e os turistas que embarcam no ônibus da Linha Turismo, guiados por uma gravação e que sabem que irão passar por 33 pontos diferentes considerados atrativos turísticos da cidade.

Observamos que cada modo de transporte, propiciou ao turista diferentes percepções se constituindo em diferentes experiências afetivas, Tuan afirma que “um objeto ou lugar atinge realidade concreta quando nossa experiência com ele é total, isto é, através de todos os sentidos, como também com a mente ativa e reflexiva” (TUAN, 1983, p. 20).

Essa tese traz as experiências, percepções e encantamentos dos turistas, referendadas nos mapas mentais acrescidas de informações e de imagens pré-concebidas da cidade de Curitiba, da cidade verde, ecológica, do planejamento urbano que deu certo. Mas observamos também descobertas de Pinheiros do Paraná, de bela arquitetura, da riqueza cultural e até o imaginário de Harry Potter em Curitiba.

A presente tese apresenta-se como uma contribuição ao entendimento da percepção dos turistas na cidade de Curitiba. Entender o olhar do turista, e perceber novos olhares para a cidade se tornaram motivadores e fascinantes neste processo. O lugar de Tuan, a Poética do Espaço de Bachelard e a metodologia Kozel

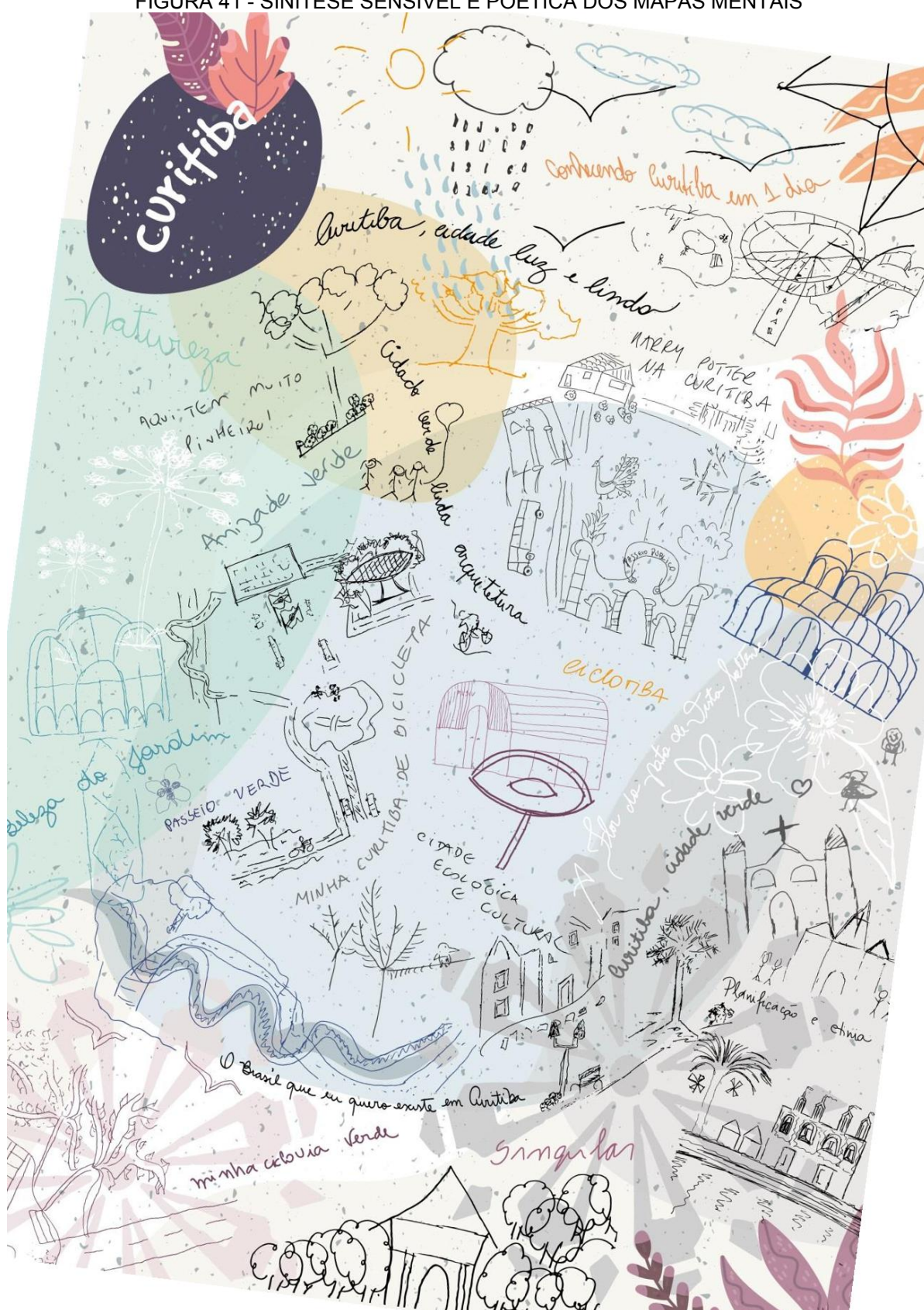
concederam para a realização desta tese um sentido especial para a compreensão do espaço urbano turístico com novos desafios e novas perspectivas de estudos.

A Poética do Espaço do Bachelard trouxe a possibilidade poética de compreender a “poesia” como vivência. O Tuan, com suas obras Espaço e Lugar e Topofilia, nos liga ao espaço pela afetividade e sensibilidade. E a metodologia tão sensível da professora Salete Kozel nos colocou sentimentos nas experiências dos turistas, a partir da construção simbólica dos mapas mentais analisados.

Ou seja, não há como não considerar os sentimentos dessa finalização, da importância de perceber que chegamos nas conclusões que chamamos de provisórias, porque fica o desejo de seguir compreendendo a construção poética do lugar e da construção desse lugar no sentido geográfico e antropológico que é construído pelos sentimentos das pessoas, e nesse caso, dos turistas.

Finalizamos a introdução do trabalho desejando uma boa leitura. E aqui finalizamos essas considerações com o desejo de que tenham boas reflexões, e que as ideias dessa tese sigam para os leitores enriquecendo o conhecimento, transformando o olhar e os sentimentos quanto ao entendimento dos espaços poéticos vividos e percebidos. Por isso, encerramos com os principais aspectos dessa trajetória evidenciados na representação síntese sensível e poética aqui apresentada (Figura 42):

FIGURA 41 - SÍNTESE SENSÍVEL E PÓÉTICA DOS MAPAS MENTAIS



Fonte: A autora.

REFERÊNCIAS

BACHELARD, G. **A poética do Espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BAILLY, A. Les représentations en Geographie. In : BAILLY, A. et al. **Encyclopédie de géographie**. Paris Editora Econômica, 1995.

BETTENCOURT, L. C. F. A. **A cidade e sua morfologia urbana**. Malha Urbana, n. 10, p. 25-53, 2010.

BIGNÉ, FONT, X., ANDREU, L. **Marketing de Destinos Turísticos**: análisis y estrategias de desarrollo. Madrid: Editorial ESIC, 2000.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Tradução de: Josely Vianna Baptista. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

BUTTIMER, A. Aprendendo o dinamismo do mundo vivido. In: CHRISTOFOLLETI, A. **Perspectiva da Geografia**. São Paulo: Difel, 1982.

CARSALADE, F. L. Sobre a questão do patrimônio construído e a revitalização de conjuntos urbanos contemporâneos – o caso de Belo Horizonte. **Revista do IAB** – Instituto dos Arquitetos do Brasil – Departamento Rio de Janeiro, p.14-19, jun. 1998.

CARÚ, A.; COVA, B. (2003), Revisiting consumption experience, a more humble boucbut complete view of the concept. **Marketing Theory**, v. 3, n. 2, p. 267-286.

CASSIRER, E. [1957] **A filosofia das formas simbólicas**: III- Fenomenologia do conhecimento. Tradução Eurides Avance de Souza. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

CASTROGIOVANNI, A. C. (Org). **Ensino de geografia**: Práticas e textualizações no cotidiano. Porto Alegre: Mediação, 2000.

CASTROGIOVANNI, A.C. (org). **Turismo Urbano**. São Paulo: Contexto: 2002.

CLAVAL, P. A geografia cultural no Brasil. In: BARTHE-DELOIZY, F., SERPA, A.(orgs.) **Visões do Brasil: estudos culturais em Geografia**. Salvador: EDUFBA, 2012.p. 11-25.

CLAVAL, P. **A geografia cultural**. Florianópolis: UFSC, 1999.

CLAVAL, P. **A Geografia cultural**: um balanço. Geografia, Londrina, v. 20, n. 3, p. 05-24, set./ dez., 2011.

CLAVAL, P. A paisagem dos geógrafos. In: ROSENDAHL; CORRÊA, (Orgs.) **Paisagens, texto e identidades**. Tradução de Márcia Trigueiro. Rio de Janeiro: UERJ, 2004. p. 13-74.

CLAVAL, P. A. “A volta do cultural” na Geografia. **Mercator** – Revista de Geografia da UFC, ano 1, n. 1, p. 19-27, 2002.

CULLEN, G. **Paisagem Urbana**. Lisboa: Edições 70, 1983.

DAL GALLO, P. M.; MARANDOLA JR, E. O conceito fundamental de mundo na construção de uma ontologia da geografia. **Geosp** – Espaço e Tempo (Online), v. 19, n. 3, p. 551-563, 2016.

DARDEL, E. **O Homem e a Terra**: natureza da realidade geográfica. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2011

FACHIN, O. **Fundamentos de Metodologia**. 3º Edição. São Paulo: Saraiva, 2001.

FERNANDES, D. L.; GÂNDARA, J. M. G.; SOUZA, T. A. A influência do planejamento urbano na percepção de visitantes e visitados e a formação da imagem de Curitiba. Seminário da Associação Nacional de Pesquisa em Turismo, **Anais...** Balneário Camboriú, 2011.

FREY, K. **Políticas públicas**: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil. Planejamento e Políticas Públicas. Brasília: IPEA, v.21, 2000. p.211-259.

GÂNDARA, J. M, MENDES, J., MOITAL, M., RIBEIRO, F. N. S., SOUZA, I. J., GOULART, L. A. Planificación Estratégica de um Circuito Turístico Histórico-Cultural Experiencial: Itabuna – Bahia, Brasil. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, 21, 2012.

GANDARA, J. M. G. Ações comunicativas do destino turístico Curitiba. In: REJOWSKI, M.; COSTA; B.K. (org.). **Turismo contemporâneo**: desenvolvimento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2003.

GÂNDARA, J. M. G.; GIMENES, M. H. S. G; MASCARENHAS, R. G. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G. (Org.) **Segmentação do mercado turístico**: estudos, produtos e perspectivas. Barueri, Manole, 2009.

GEIGER, P. P. Turismo e Espacialidade. In BALESTRERI, A. (org.) **Turismo e Geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1996.

GIL FILHO, S. F. Geografia das formas simbólicas em Ernst Cassirer. In: BARTHE-DELOIZY, F.e SERPA, A. (orgs). **Visões do Brasil**: estudos culturais em Geografia [online]. Salvador: EDUFBA; Edições L'Harmattan, 2012, pp. 47-66.

HACK NETO, E, GANDARA, J.M.G. e ALBACH, V. M. Percepção Visual e Motivação - Análise dos atrativos ofertados na internet: case Foz do Iguaçu PR. In: **Anais...X SIT** - Seminário Internacional de Turismo, 2008, Curitiba - PR.

HACK NETO, E. Percepções Turísticas: Foz do Iguaçu, Terra das Cataratas entre o real e o imaginário. **Tese** (Doutorado em Geografia), Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências da Terra, Programa de Pós-graduação em Geografia, 2015.

HALL, S. **Cultura e representação**. Tradução: Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC- Rio: Apucuri, 2016.

HOLZER, W. A geografia humanista: uma revisão. In: CORRÊA, R. L; ROSENDAHL, Z. **Geografia cultural**: uma antologia v. 1. Rio de Janeiro: EdUERJ. 2012.

HORODYSKI, G. S. **O Consumo Na Experiência Turística**: O Caso Dos Souvenirs No Destino Curitiba - PR. Tese (Doutorado em Geografia – Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

IBGE. **População Estimada 2018** – Curitiba. Publicado em 2018. Disponível: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=410690>>. Acesso: mai 2020.

INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO. **Atrativos turísticos**. Disponível em:<<https://turismo.curitiba.pr.gov.br/categoria/atrativos-turisticos/3>> Acesso em: nov. 2019.

INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO. **Dados e Estatísticas**. Disponível em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/dados-e-estatisticas/1724> Acesso em: nov. 2019.

IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. Disponível em: <<https://www.ippuc.org.br/>>. Acesso em: nov 2019.

IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. **Memória da Curitiba Urbana**. Curitiba, novembro de 1989.

KASHIWAGI, H. M. **Representações da paisagem no Parque Nacional de Superagui: a homonímia sígnica da paisagem em áreas preservadas**. Tese (Doutorado em Geografia – Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

KOTLER, P.; HAIDER, D. H.; REIN, I. **Marketing público**: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países. São Paulo: Makron Books, 1994.

KOZEL, S. (org.) **Mapas Mentais**: dialogismo e representações. Curitiba: Appris, 2018.

KOZEL, S. As linguagens do cotidiano como representações do espaço: uma proposta metodológica passível. In: XII Encuentro De Geógrafos De América Latina, 2009, Montevideo. **Memorias** XII Encuentro de geógrafos de América Latina, 2009.

KOZEL, S. Comunicando e representando: mapas como construções socioculturais. In: SEEMANN, J. (org). **A aventura cartográfica**: perspectivas, pesquisas e reflexões

KOZEL, S. Comunicando e representando: mapas como construções socioculturais. **Revista Geograficidade**, v.3, número especial: primavera. Rio de Janeiro, p. 58 – 70, 2013.

KOZEL, S. **Das imagens às linguagens do geográfico**: Curitiba, a “capital ecológica”. 2001, 316 f. Tese. (Doutorado em Geografia Física) Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

KOZEL, S. e GALVÃO, W. Representações e ensino de Geografia: Contribuições teórico-metodológicas. **Revista Eletrônica Ateliê Geográfico**, v. 02, n. 05, dez/2008, Goiânia – GO, pp. 33-48.

KOZEL, S. Mapas mentais – uma forma de linguagem: Perspectivas metodológicas in: KOZEL S. et al (org) **Da percepção e cognição à representação**. São Paulo. Terceira Margem, 2007. p.114-138.

KOZEL, S. Representação do espaço sob a ótica, dos conceitos: mundo vivido e dialogismo. In: Encontro Nacional dos Geógrafos: Crise, práxis e autonomia: espaços de resistências e de esperanças. 2010, Porto Alegre. **Anais do XVI ENG: AGB**. 11p. 2010.

KOZEL, S. Representação do Espaço Sob a Ótica, dos Conceitos: Mundo Vivido e Dialogismo. Encontro Nacional dos Geógrafos, XVI, **Anais...**Porto Alegre, 2010.
LAMAS, J. M. R. G. **Morfologia Urbana e desenho da cidade**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, 2004.

LEFEBVRE, H. **Espaço e Política**. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

LEITE, F. C. L. **A morfologia urbana de Brasília como um fator influente na construção da imagem da cidade como um destino turístico**. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria), Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú: 2009.

LOPES, S. A. **Regeneração dos espaços exteriores urbanos**: Proposta de Intervenção no bairro Godinha. Dissertação (Mestrado em Arquitetura), Departamento de Engenharia Civil e Arquitetura, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2010.

LYNCH, K. **A imagem da Cidade**. 3 ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011
MAANEN, J. V. Reclaiming qualitative methods for organizational research: a preface. **Administrative Science Quarterly**, vol. 24, n. 04, p. 520-526, 1979.

MAGALHÃES, G. **Introdução à Metodologia de Pesquisa**: Caminhos da Ciência e Tecnologia. São Paulo: Ática, 2005.

MANOSSO, F. C. **O Espaço Urbano-Turístico de Curitiba nas Fotografias On-Line**: Uma análise na Rede Social Instagram. Dissertação (Mestrado em Geografia), Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

MANZO, A. J. **Manual para la preparación de monografías**: una guía para presentar informes y tesis. Buenos Aires: Humanitas, 1971.

MARANDOLA JR., E. Lugar enquanto circunstancialidade. In: MARANDOLA JR., E.; HOLZER, W.; OLIVEIRA, L. (Orgs.) **Qual o espaço do lugar?** Geografia, Epistemologia, Fenomenologia. São Paulo: Perspectiva, 2012. p.227-247.

MASSEY, D. **Pelo espaço**: uma nova política da espacialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

MCDOWELL, L. A transformação da geografia cultural. In: GREGORY, D.; MARTIN, R.; SMITH, G. **Geografia Humana**. Sociedade, Espaço e Ciência Social. Rio de Janeiro: Zahar, 159-188, 1996.

MENEZES, C. L. **Desenvolvimento urbano e meio ambiente**: a experiência de Curitiba. Campinas: Papirus, 1996.

MORRISON, A. M. **Marketing de hospitalidade e turismo**. São Paulo: Cengage, 2012.

MOURA, R. O turismo no projeto de internacionalização da imagem de Curitiba. **Revista Turismo Visão e Ação**, Itajaí, Santa Catarina, v. 9, p. 341-357, 2007.

MRNJAVAC, E; KOVACIC, N.; TOPOLSEK, D., The logíst. Product of bicycledestinations. **Tourism and Hospitality Management**, v.20, n.2, p.171-184, 2014.

NITSCHKE, L. B. **Desvendando o espaço vivido da comunidade de Guajuvira e sua relação com o turismo, em Araucária, Paraná (PR)**. Tese (Doutorado em Geografia) Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.

NOLLER, P. Globalisierung, Raum und Gesellschaft. Elemente einer modernen Soziologie des Raumes. **Berliner Zeitschrift für Soziologie**, Berlin, 1, 21-48, 2000.

OTLER, P.; HAIDER, D. H.; REIN, I. **Marketing público**: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países. São Paulo: Makron Books, 1994.

PADUA, C. T. **A geografia de Yi-Fu Tuan**: essências e persistências. Tese (Doutorado em Geografia Física) Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

PANOSSO NETTO. **A Filosofia do Turismo**: Teoria e Epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005.

PEDRON, M. **A experiência dos turistas nos parques de Curitiba/PR**. Dissertação (Mestrado em Geografia), Programa de Pós-Graduação em Geografia, Setor Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

PMC – PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. **Coordenação de Mobilidade Urbana. Mais Bici**, 2005. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/mais-bici-sobre-a-coordenadoria/>> Acesso em: jul. 2020.

RECHIA, S. Espaço e planejamento urbano na sociedade contemporânea: políticas públicas e a busca por uma marca identitária na cidade de Curitiba. **Revista Movimento**, Porto Alegre, vol. 11, n. 03, p. 49-66, 2005.

RELPH, E. **A Paisagem Urbana Moderna**. Tradução de Ana M. de Carvalho. Rio de Janeiro: Edições 70, 1990.

RIBEIRO, R. M.; SILVEIRA, M. A. Planejamento Urbano, Lazer e Turismo: Os Parques Públicos em Curitiba – PR. **Revista Turismo Visão e Ação**, Santa Catarina - v. 8, n. 2, p. 309 – 321, 2006.

SANTORO, R. D. D. **Curitiba**: um modelo em evolução. Curitiba: Foco, 2002.

SECRETARIA NACIONAL DE TRANSPORTE E DA MOBILIDADE URBANA DO MINISTÉRIO DAS CIDADES. Disponível em:<
<http://www.creaes.org.br/creaes/Portals/0/Documentos/cartilhas.pdf>> Acesso em: jul. 2016.

SEEMANN, J. Mapas e percepção ambiental: do mental ao material e vice-versa. **OLAM – Ciência & Tecnologia**. Rio Claro: v. 3 n.1 p. 200-223, setembro 2003.

SEVERO, C. **Mais de 80 passeios gratuitos pelo mundo** (2014). Disponível em: <<https://www.mochileiros.com/blog/free-walking-tours-mais-de-80-passeios-gratuitos-pelo-mundo/>>. Acesso em: mai. 2019.

TORRES, M. A. **Os sons que unem: a paisagem sonora e a identidade religiosa** 2014, 242f. Tese (Doutorado em Geografia), Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

TRINDADE, E. M. C.; SANTOS, A. C. A.; OLIVEIRA, D.; ANDREAZZA, M. L. **Cidade, homem e natureza: uma história das políticas ambientais de Curitiba**. Curitiba: Unilivre, 1997.

TUAN, Y. Fu. **Espaço e lugar**. (Tradução Livia de Oliveira) São Paulo: Difel, 1983.

TUAN, Y. Fu. **Espaço e Lugar: A perspectiva da experiência**. Londrina: Eduel, 2013.

TUAN, Y. Fu. **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. Trad. Livia de Oliveira) São Paulo: Difel, 1980.

URRY, J. **O olhar do turista: viagens e lazer na sociedade contemporânea**. São Paulo: Studio Nobel/Sesc, 2001.

VALDUGA, V. Sujeito turístico e espaço turístico: possibilidades teórico-metodológicas para os estudos do turismo. **Journal of Tourism and Development**, v. 1, n. 17/18, pp. 481 – 492, 2012.

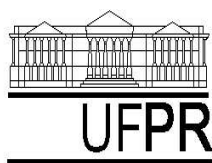
VIEIRA, W. Cicloturismo. **Revista Turismo**. abr.2003. Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com.br>> Acesso em: nov. 2018.

YÁZIGI, E. **A alma do lugar – turismo, planejamento e cotidiano**. São Paulo: Contexto, 2001.

YÁZIGI, E. **Civilização Urbana**. São Paulo: Contexto, 2003.

YAZIGI, E. Publicações em turismo no Brasil. In: TRIGO, L. G. G.; Panosso Netto, A; Carvalho, M. A.; PIRES, P. S. (Eds.), **Análises regionais e globais do turismo brasileiro** São Paulo: Roca, 2005, p. 71-81.

APÊNDICE 1 – INSTRUMENTO DE PESQUISA



MINISTÉRIO DE EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR CIÊNCIAS DA TERRA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA



Pesquisadora/Discente: Renata B. Custódio Klos

Data: ____/____/____

Nome: _____

Sexo: M F

Idade: _____

Profissão: _____

Local de residência: _____

Tempo de permanência em Curitiba: _____

Motivo da viagem: _____

Qual meio de transporte você utiliza cotidianamente? _____

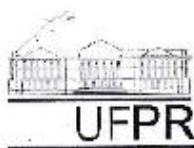
Qual meio de transporte está utilizando para conhecer Curitiba? _____

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE CURITIBA
ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA – CONSTRUÇÃO DE MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

Dê um título a este desenho:

APÊNDICE 2 – MAPAS MENTAIS ORIGINAIS DA PESQUISA



MINISTÉRIO DE EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR CIÊNCIAS DA TERRA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

MMPE7



Pesquisadora/Discente: Renata B. Custódio Klos
Data: 27/10/2018

Nome: Resulla de Lóiz Santana

Sexo: M ☐ F ☒

Idade: 40

Profissão: Professora Universitária

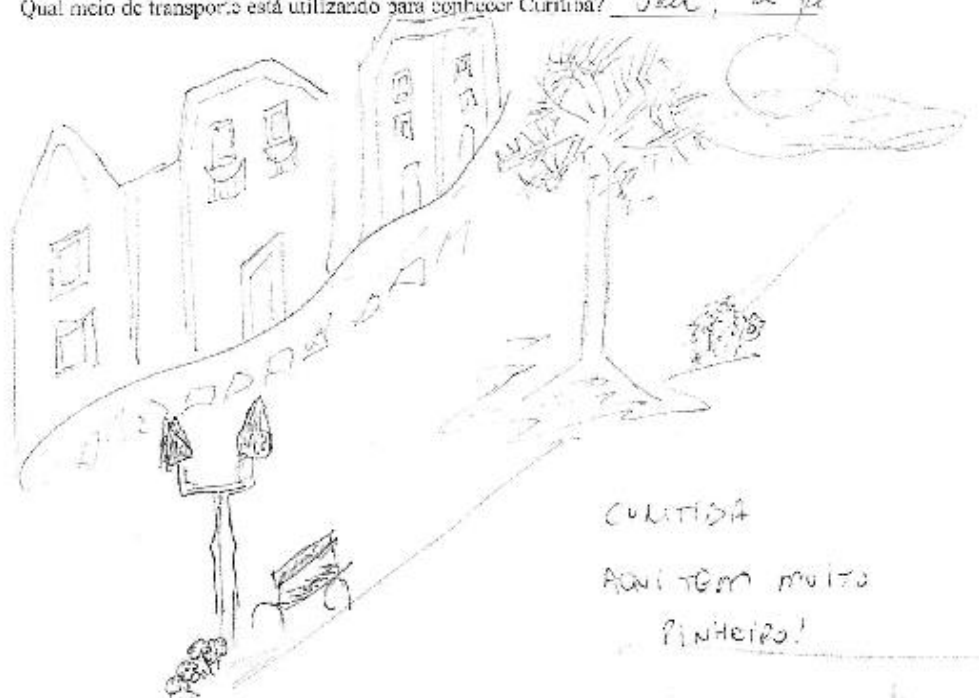
Local de residência: Maringá - PR

Tempo de permanência em Curitiba: 3 d.

Motivo da viagem: Show Roger Waters

Qual meio de transporte você utiliza diariamente? carro

Qual meio de transporte está utilizando para conhecer Curitiba? Uber, a pé





MINISTÉRIO DE EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR CIÊNCIAS DA TERRA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA



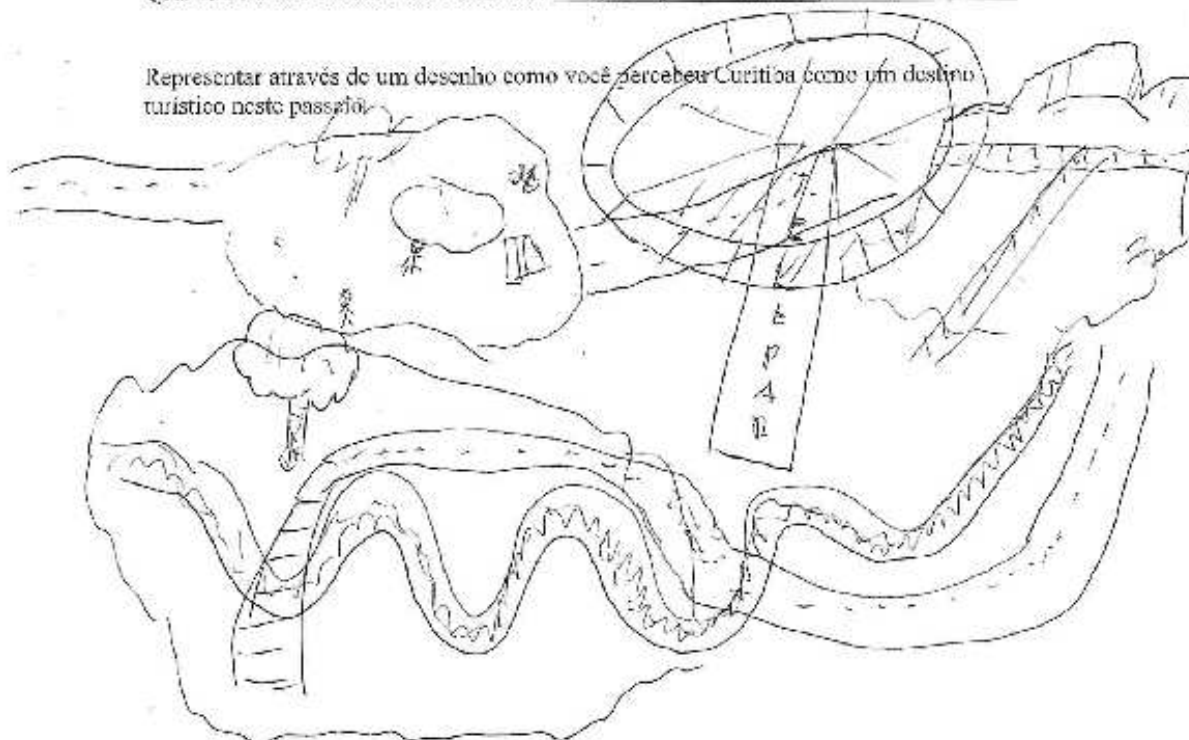
Pesquisadora/Discendente: Renata B. Custódio Klos

Data: 03/03/2015

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO CICLOTURISTA – CONSTRUÇÃO
DE MAPAS MENTAIS.

Nome: LEONARDO VOELZ
Sexo: M F
Idade: 42
Profissão: DESEMPREGADO
Local de residência: MISSANAMBURA - SC
Tempo de permanência em Curitiba: 2 DIAS
Motivo da viagem: LAZER
Usa a bicicleta como meio de transporte cotidianamente? Sim Não
Qual roteiro da Kuritbike você realizou? PARQUE A NOROESTE - LOCAL DO BOSQUE

Representar através de um desenho como você percebe Curitiba como um destino
turístico neste passeio.



Dê um título a este desenho:

PASEIO VERDE



MINISTÉRIO DE EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR CIÊNCIAS DA TERRA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

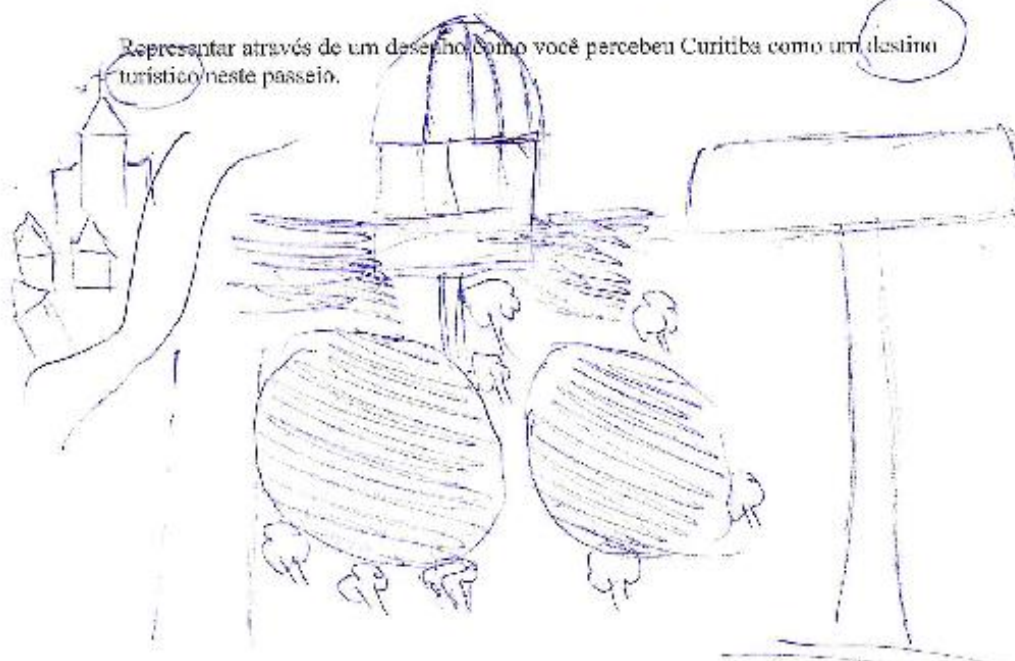


Pesquisadora/Discente: Renata B. Custódio Klos
Data: 08/03/18

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO CICLOTURISTA - CONSTRUÇÃO DE MAPAS MENTAIS.

Nome: Anna Keylla Castro
Sexo: M 10
Idade: 25
Profissão: Desenhista
Local de residência: Guimaraes
Tempo de permanência em Curitiba: 2 anos
Motivo da viagem: uma convivência
Usa a bicicleta como meio de transporte cotidianamente? Sim Não
Qual roteiro da Kurilbike você realizou? Itaipó da bicicleta

Representar através de um desenho como você percebeu Curitiba como um destino turístico neste passeio.

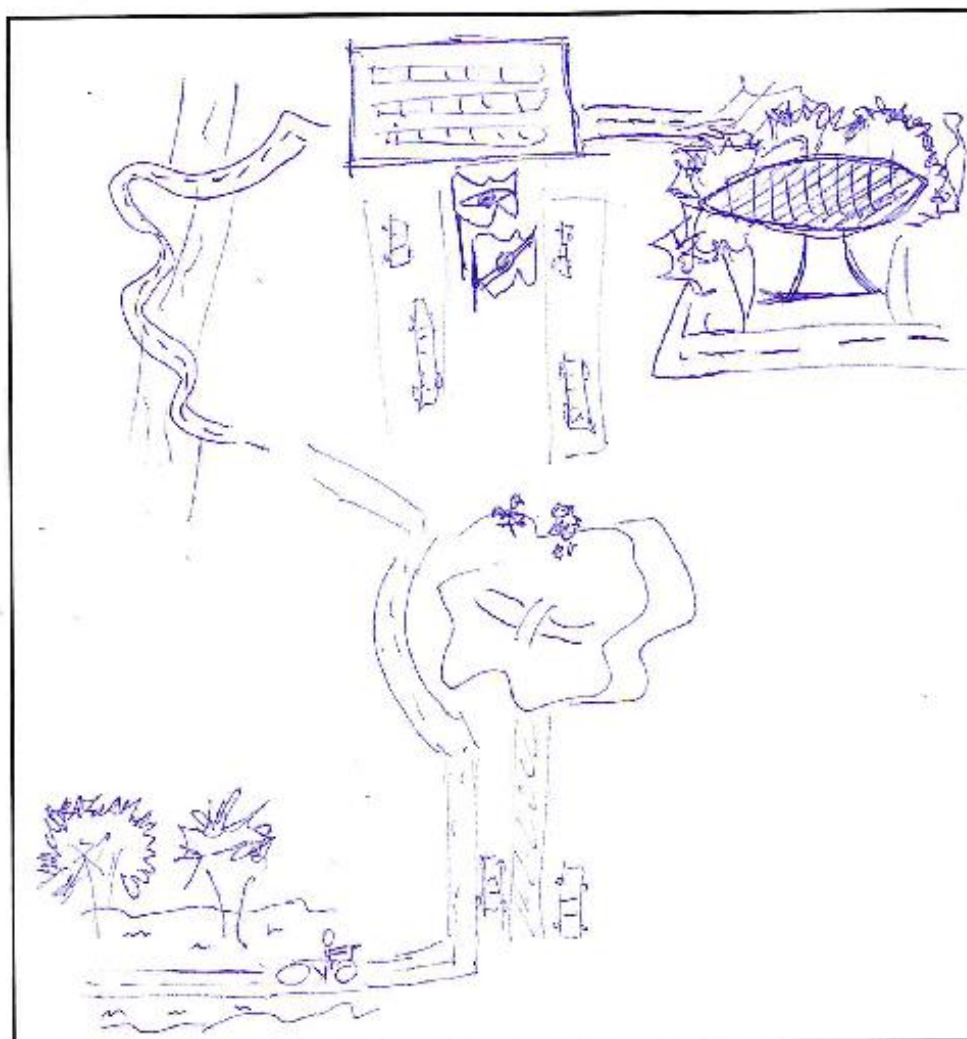


Dê um título a este desenho:

Conhecendo Curitiba em 1 dia

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA – CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

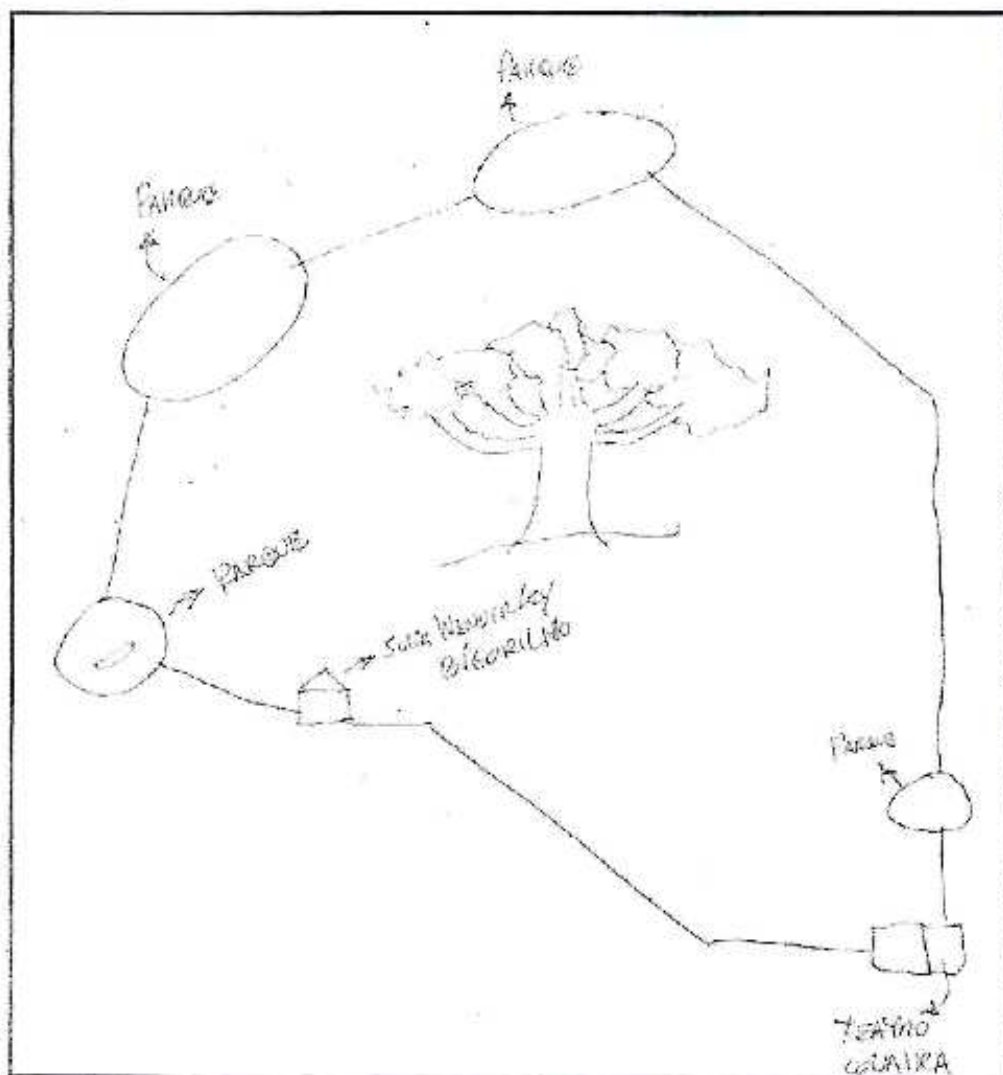


Dê um título a este desenho:

~~Curitiba~~ CURITIBA

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA - CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

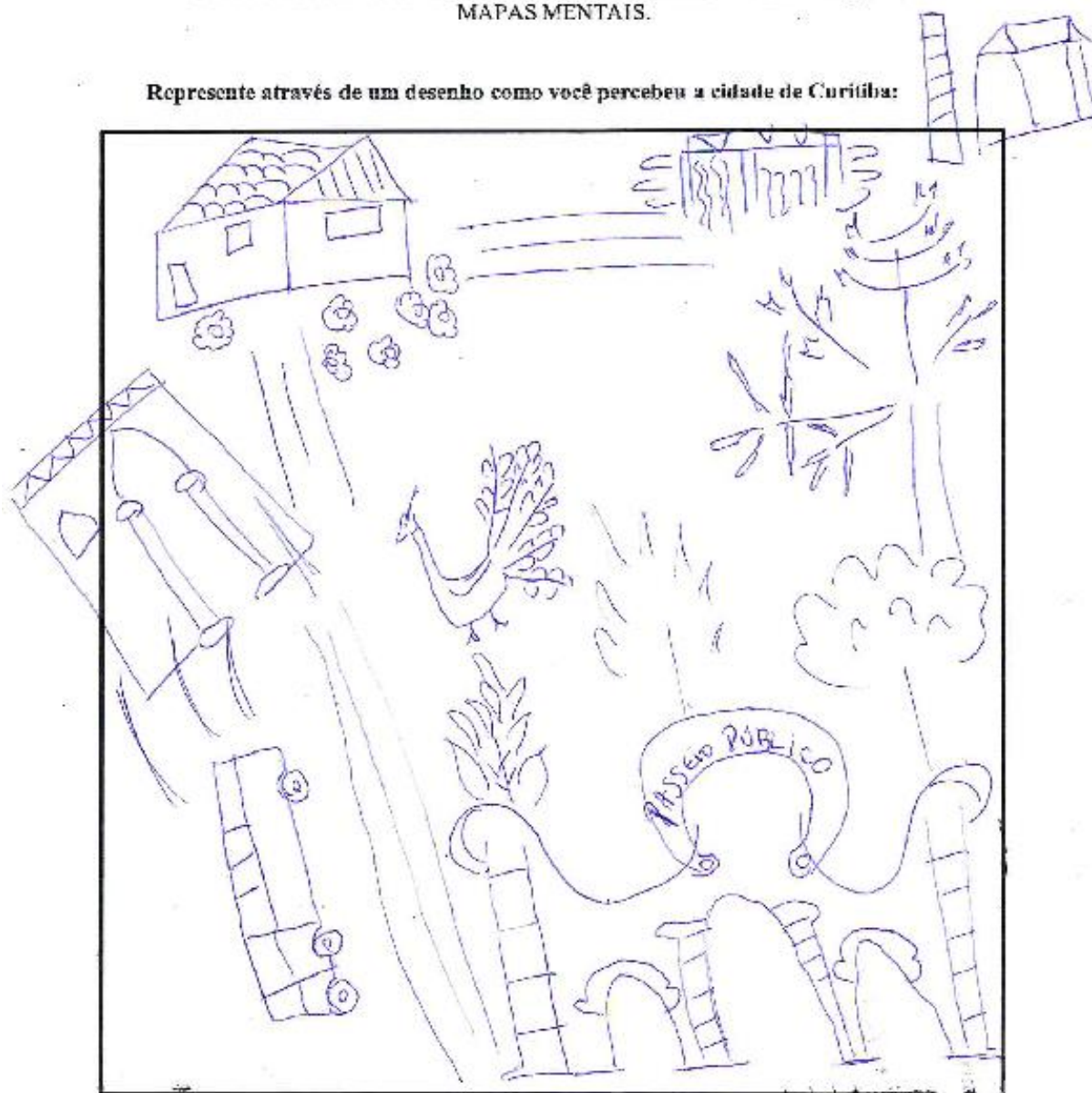


Dê um título a este desenho:

MINHA CURITIBA DE DICULIETA

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA - CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

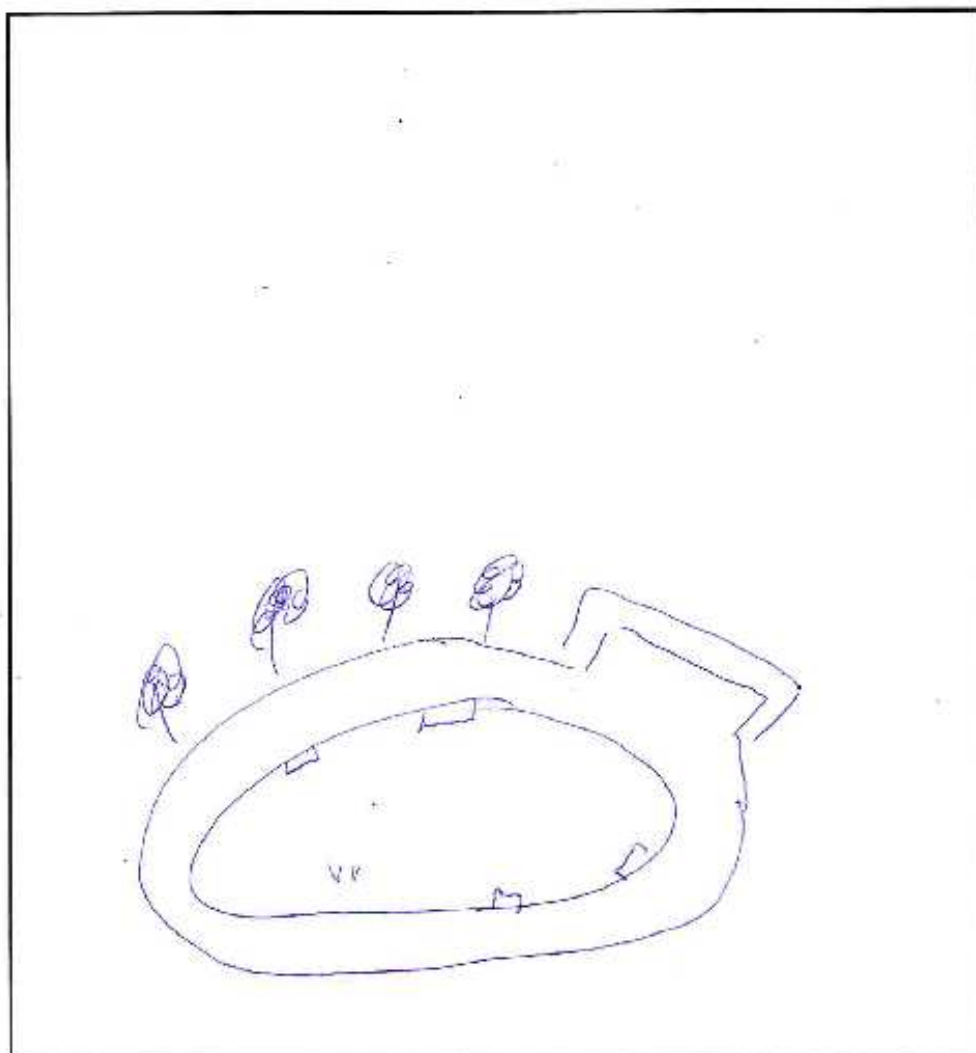


Dê um título a este desenho:

Do Parque Público ao Parque São Lourenço;
minha cidade verde.

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA – CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

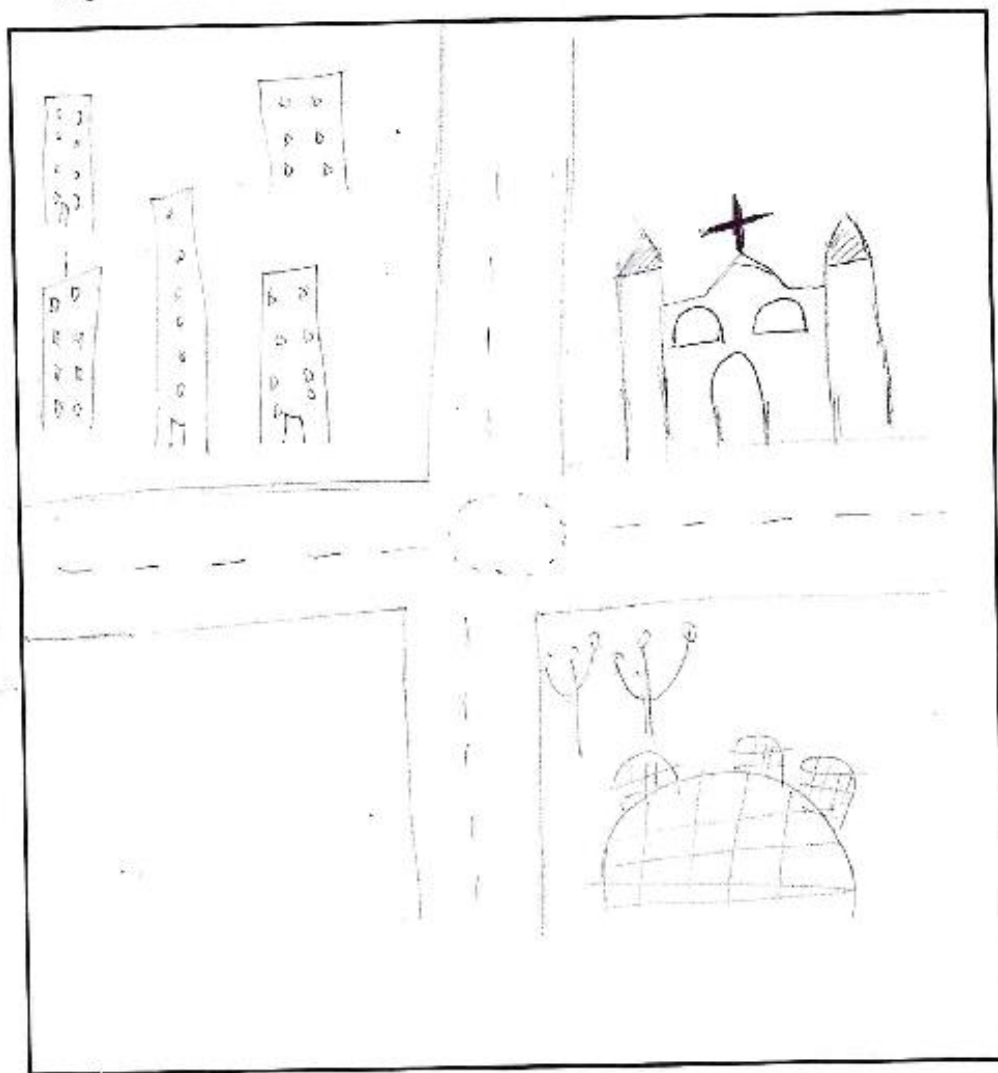
Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:



Dê um título a este desenho:

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA - CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

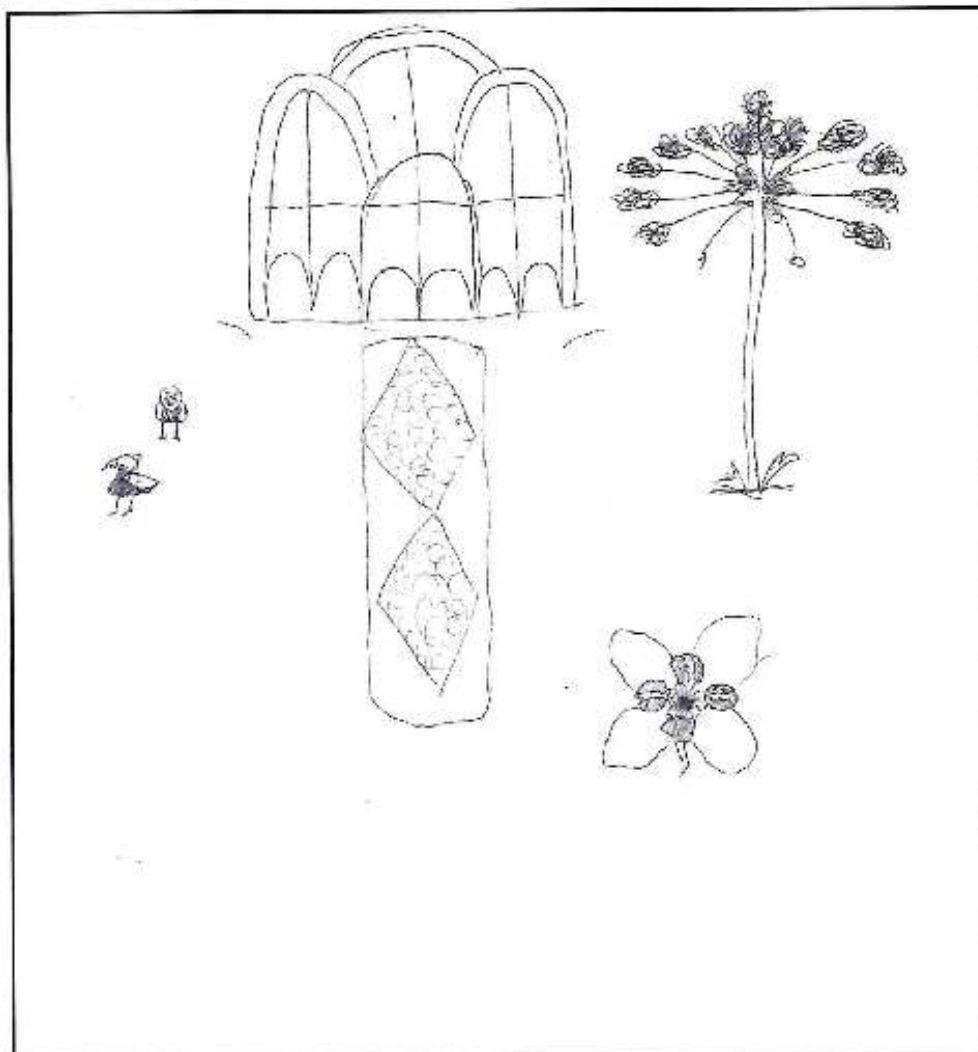


Dê um título a este desenho:

Monet

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA – CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

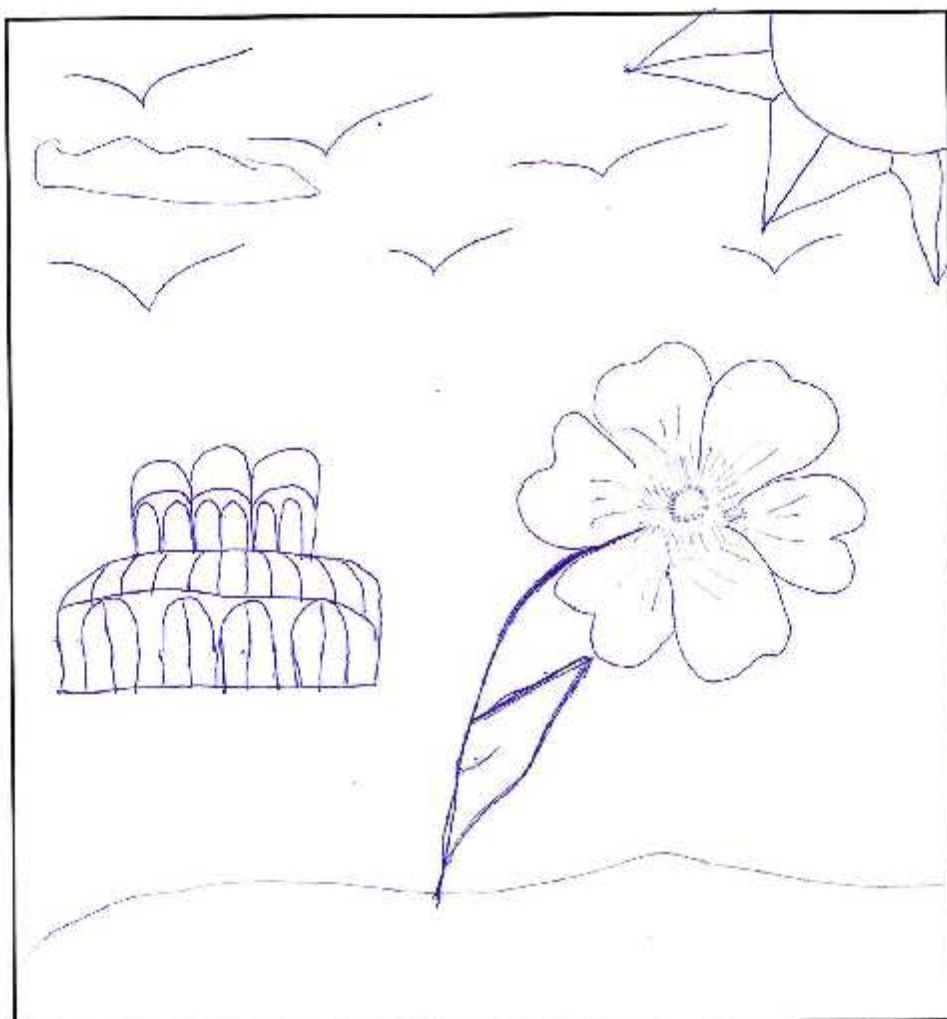


Dê um título a este desenho:

Bela da Garagem

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA – CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

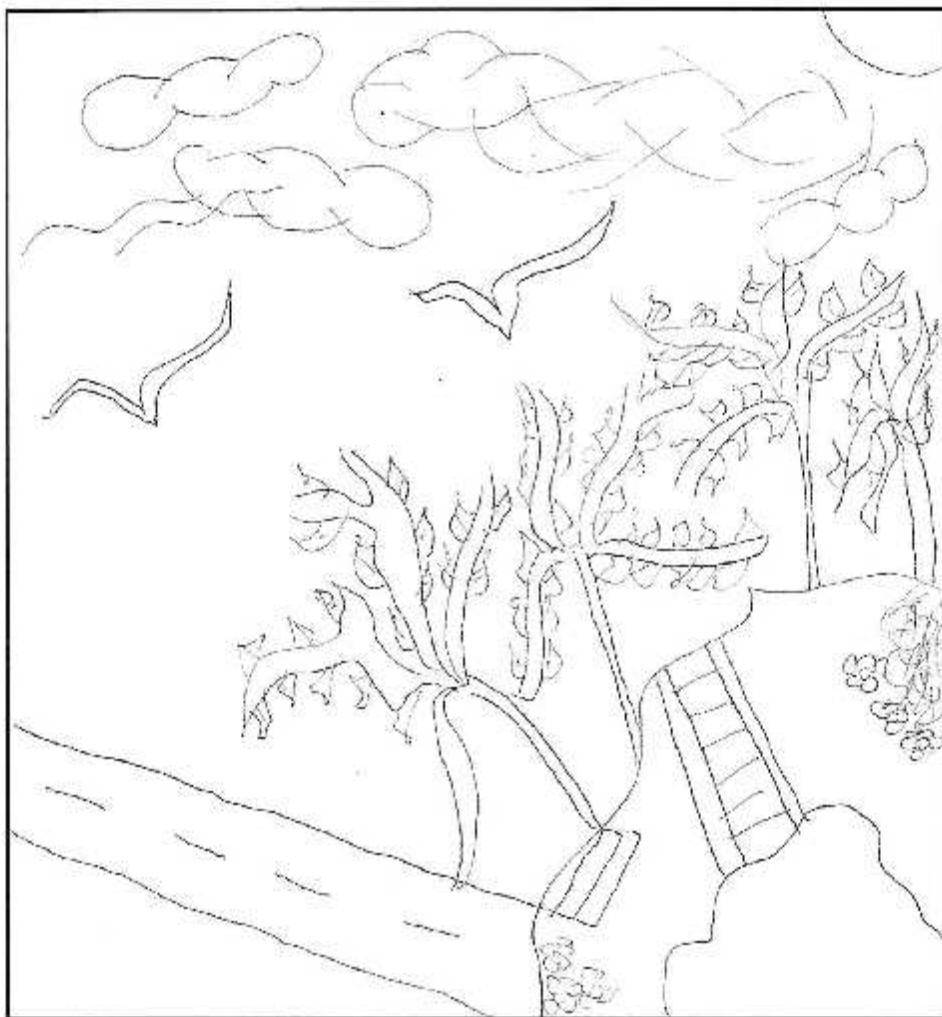


Dê um título a este desenho:

A Flor do povo de Curitiba

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA – CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

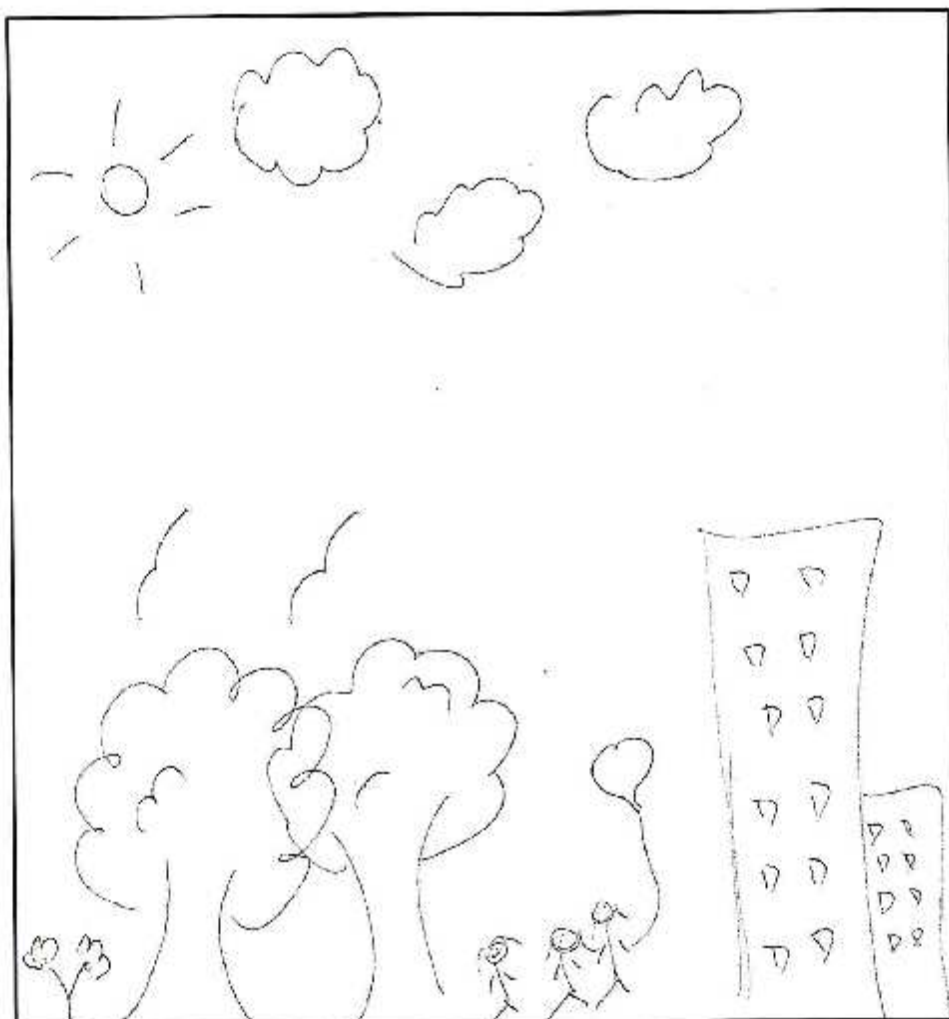


Dê um título a este desenho:

10 Brasil que eu quero visitar em Curitiba.

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA - CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

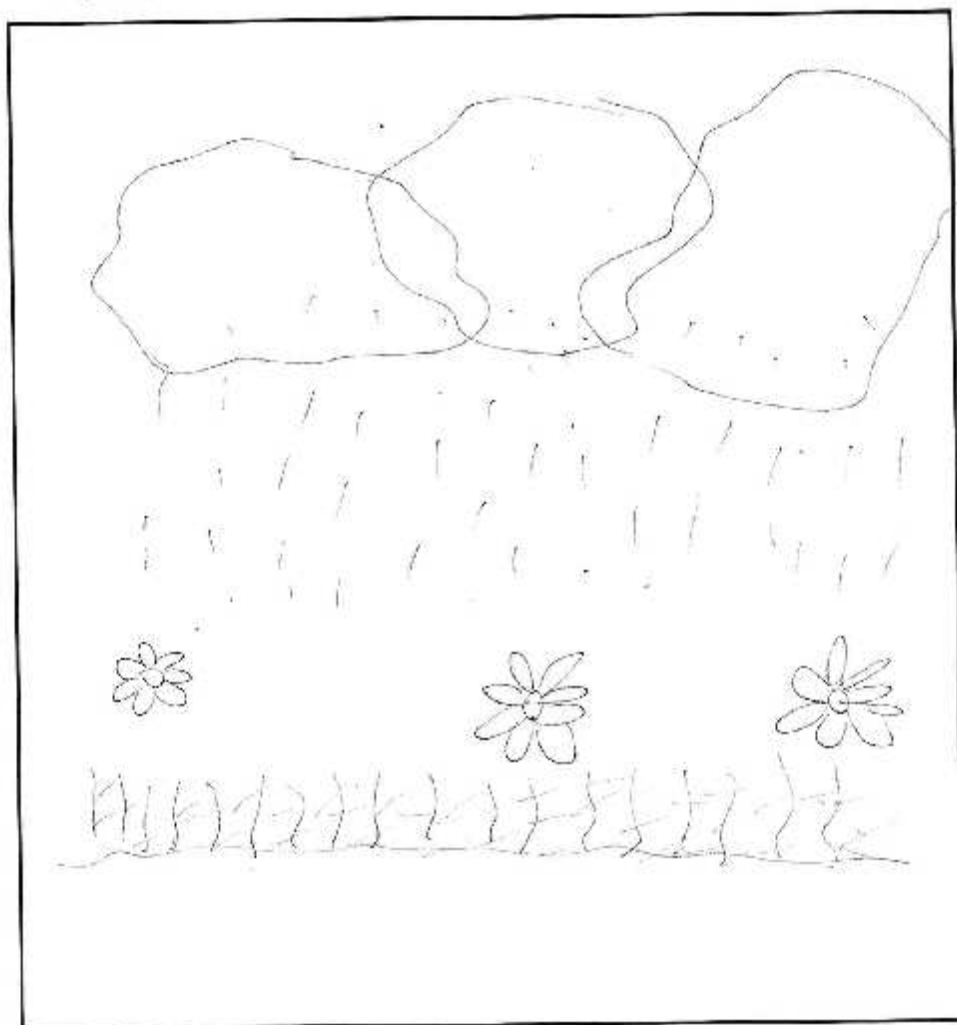


Dê um título a este desenho:

Amizade Verde

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA – CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

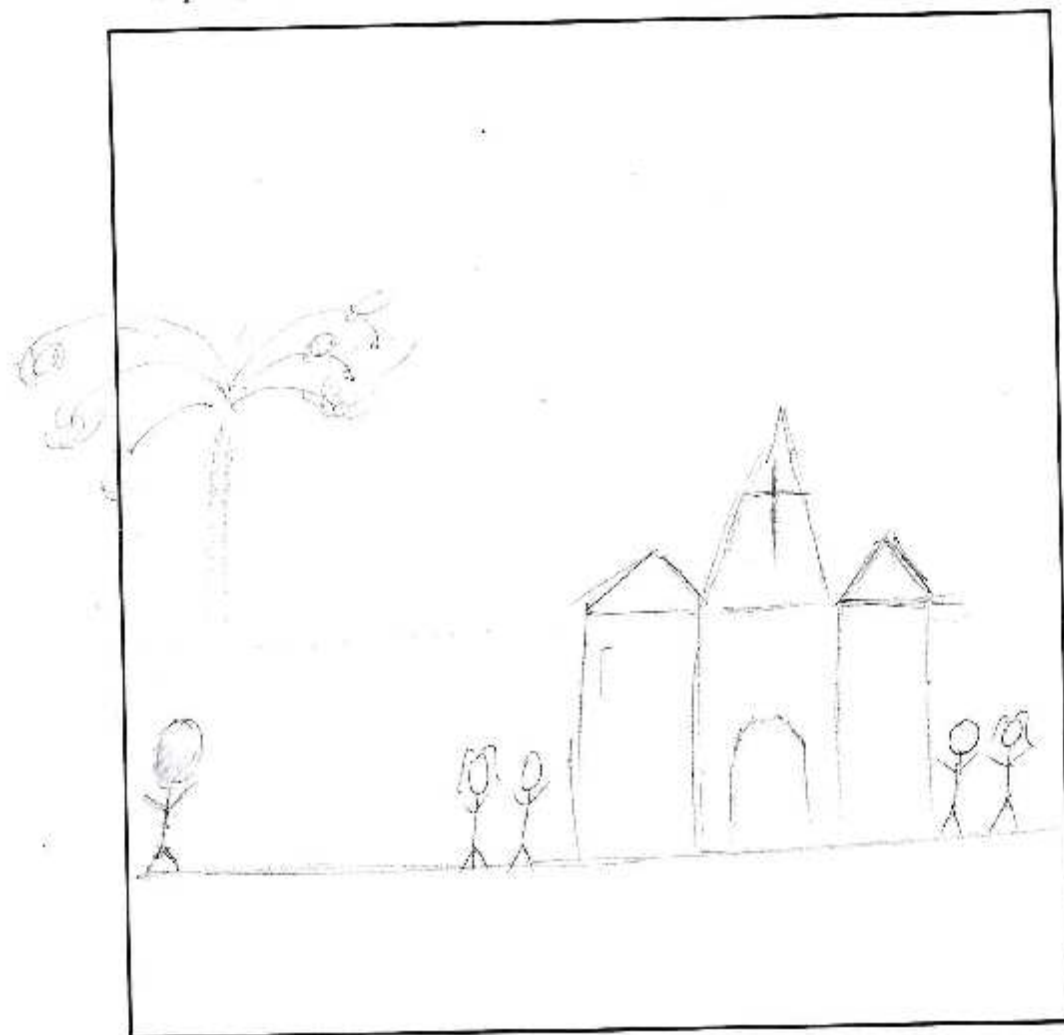


Dê um título a este desenho:

Natureza

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA - CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

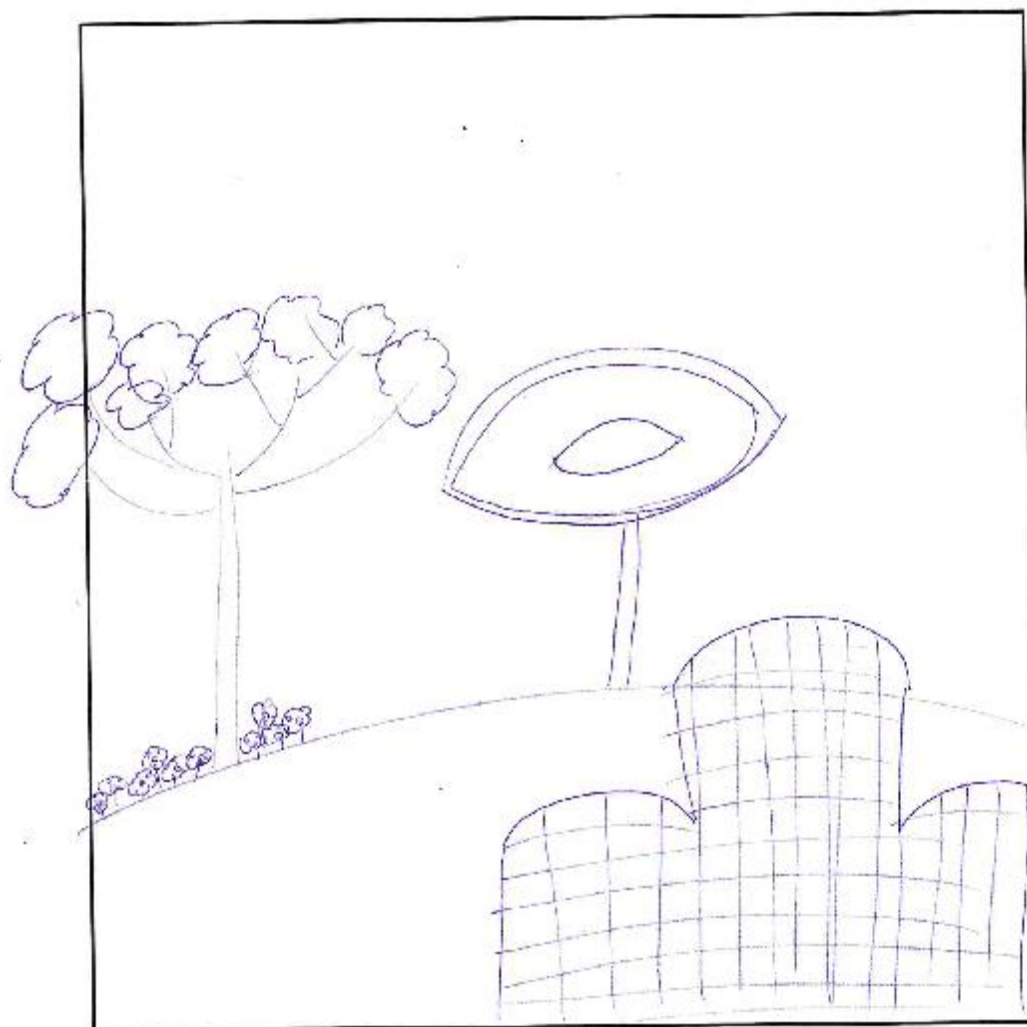


Dê um título a este desenho:

Memórias e etnia

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA – CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

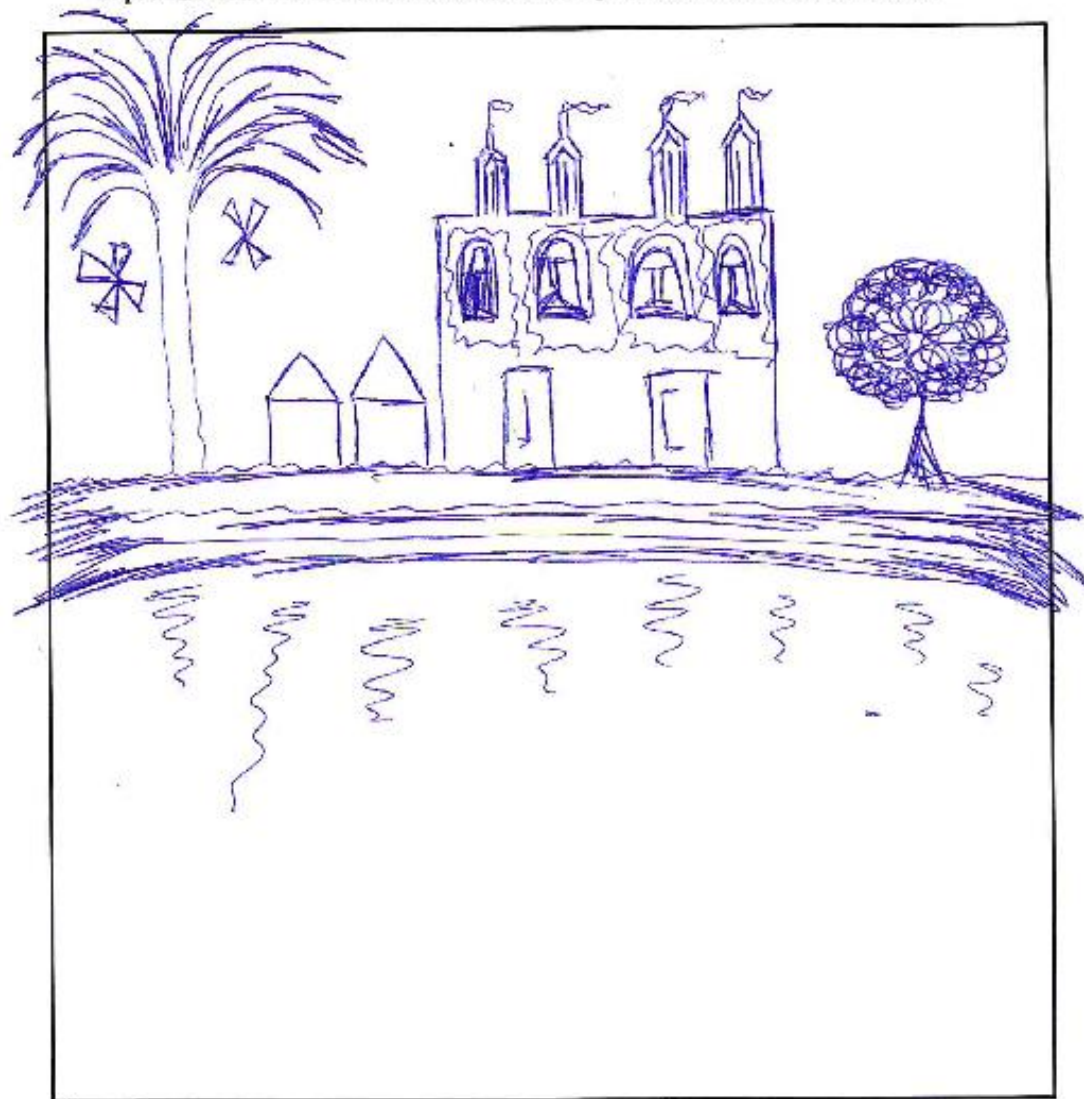


Dê um título a este desenho:

Curitiba, cidade verde ♥

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA – CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

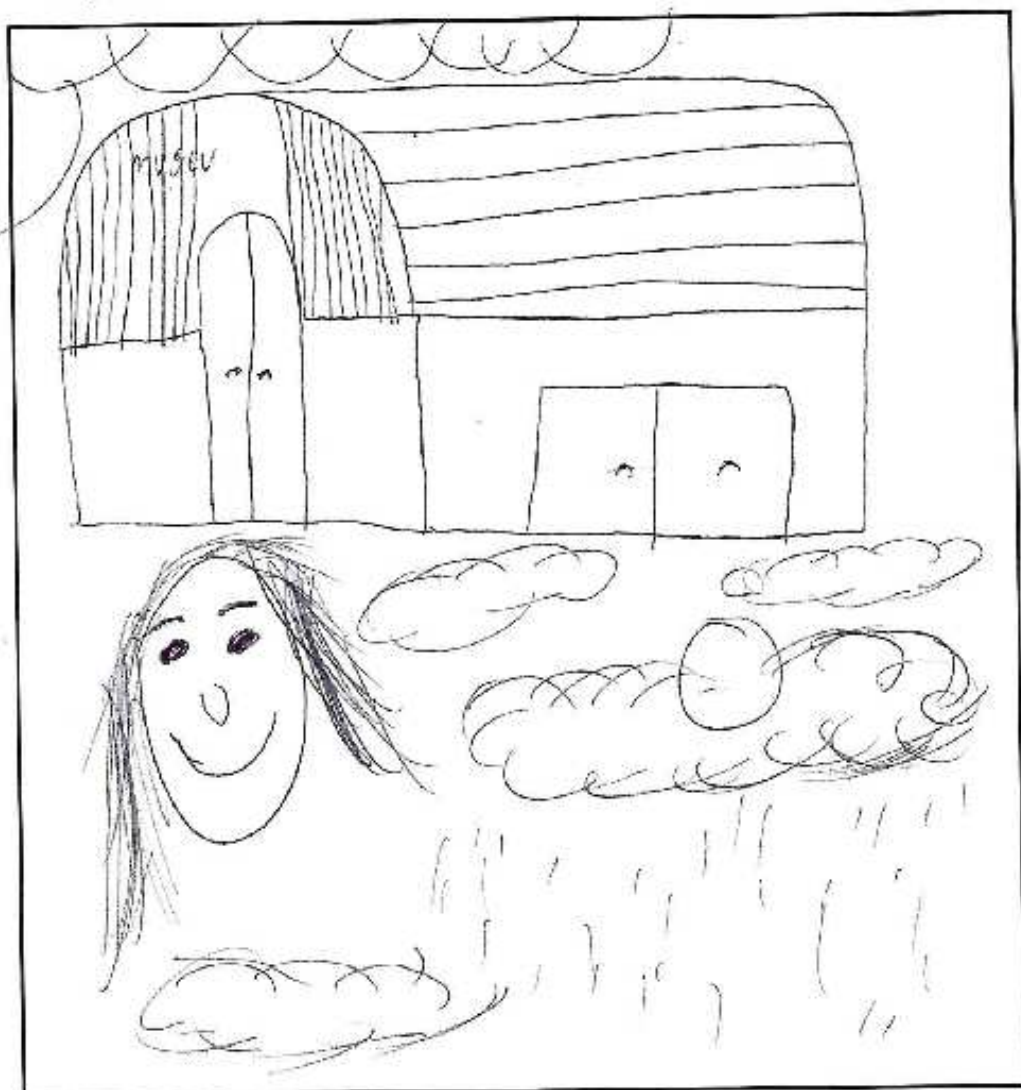


Dê um título a este desenho:

Curitiba, cidade de luz e linda

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA – CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:

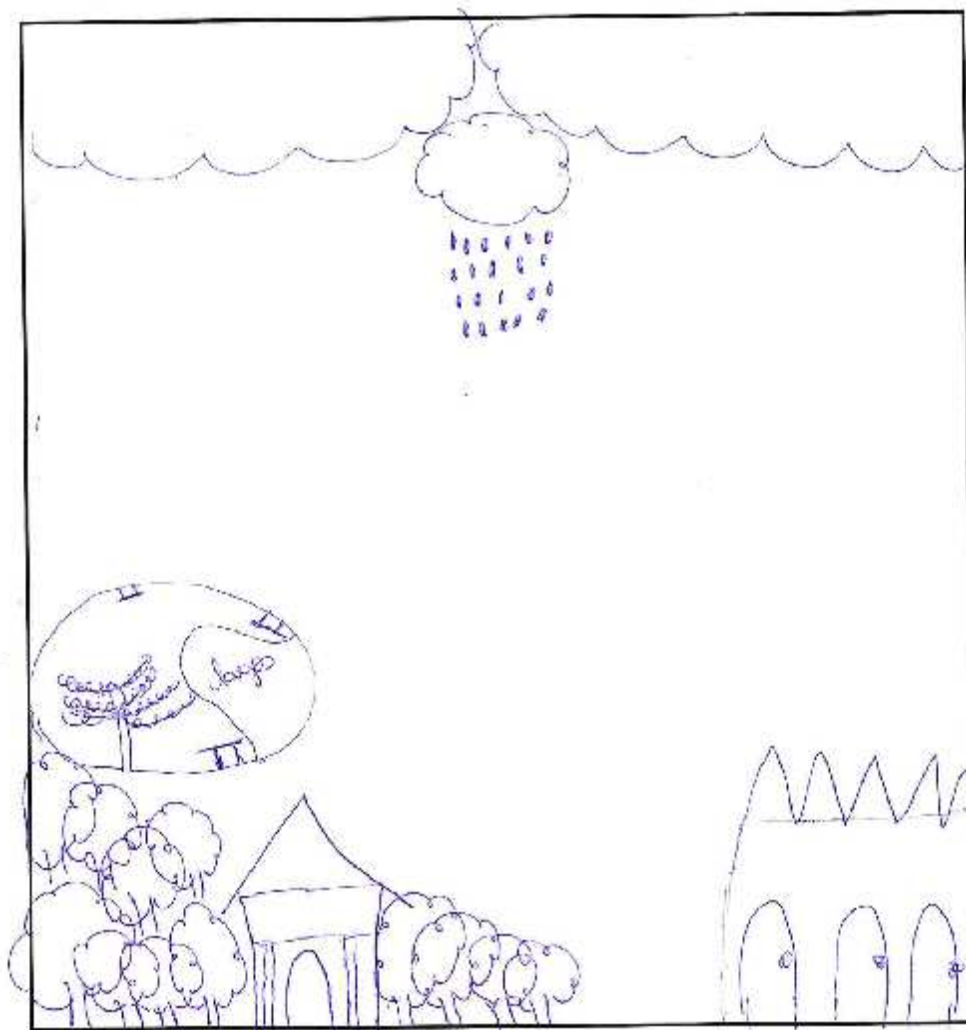


Dê um título a este desenho:

Curitiba

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA – CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

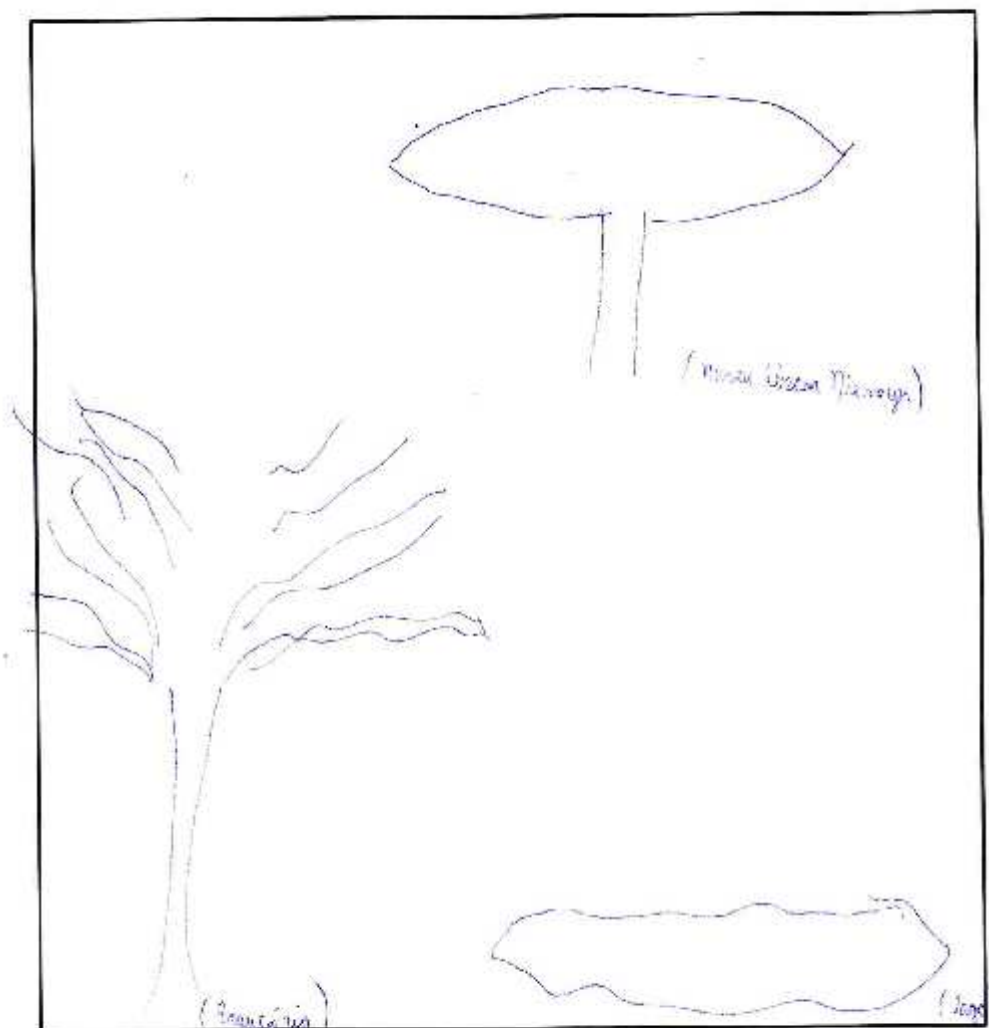
Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:



Dê um título a este desenho:

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA – CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:



Dê um título a este desenho:

Cidade Verde, Verde, Curitiba e sua Cultura

2

PESQUISA SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO DA CIDADE DE
CURITIBA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DO TURISTA – CONSTRUÇÃO DE
MAPAS MENTAIS.

Represente através de um desenho como você percebeu a cidade de Curitiba:



Dê um título a este desenho:

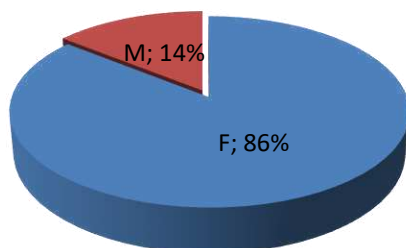
CURITIBA : CIDADE ESCOLHIDA E CULTURAL

MM PE 6

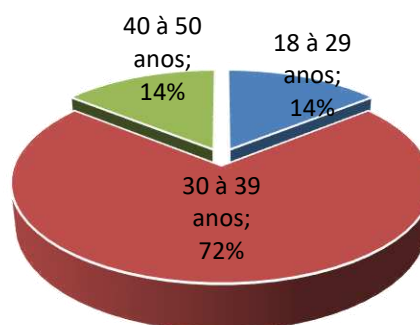
APÊNDICE 3 – GRÁFICOS DO PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Perfil dos turistas entrevistados - Geral

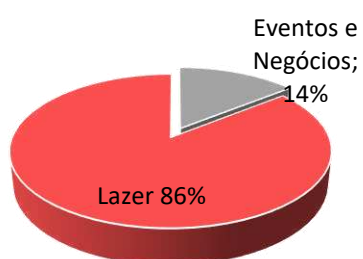
Sexo



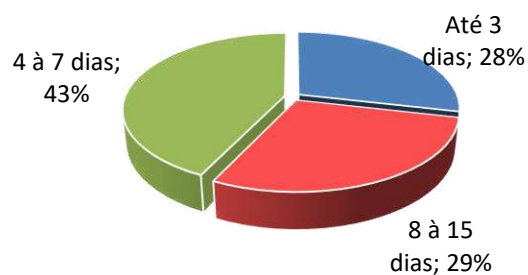
Faixa Etária



Motivo da Viagem



Tempo de Permanência



Qual meio de transporte você utiliza cotidianamente?

